



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Otro periodismo es posible : la autogestión como forma de construcción

Autores (en el caso de tesis y directores):

Romina Inés D'Alfonso

Juan Isella, tutor

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2016

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





**Universidad de Buenos Aires
Facultad de Ciencias Sociales**

**Tesina de grado para la Licenciatura en Ciencias
de la
Comunicación Social con orientación en
Periodismo**

**Otro periodismo es posible
La autogestión como forma de
construcción**

**Romina Inés D'Alfonso
D.N.I. N° 23.467.253
rdalfons@gmail.com**

**Tutor: Juan Isella
2015**

ÍNDICE

INTRODUCCION.	4
I-ANTECEDENTES.	9
1- Estado del Arte. Indagaciones preliminares.	9
II- PERSPECTIVA METOLOGICA DE LA INVESTIGACION.	13
1-Fundamentos metodológicos.	13
2-Universo bajo estudio.	14
III-MARCO TEORICO PARA UNA LÍNEA DE INTERPRETACIÓN.	16
1-Conceptualización de autogestión, mercado, estado y el contexto de gestación para el periodismo independiente de gestación para el periodismo independiente.	16
IV-DE LOS ORIGENES AL AUGE DE LA AUTOGESTIÓN.	38
1-Empresas recuperadas.	38
2-Cooperativas.	41
V-LA AUTOGESTIÓN PERIODÍSTICA.	44
1-Gestación de los colectivos periodísticos.	44
2-La autogestión. Otro periodismo.	50
VI-ESTUDIO DE UN CASO: LA COOPERATIVA LAVACA.	56
1-Nacimiento de lavaca.	56
2-Las revistas culturales independientes.	65
VII-CONCLUSIONES.	80
1-Desafíos de los medios autogestionados.	80
2-A modo de cierre.	83
BIBLIOGRAFÍA.	89
ANEXOS.	108

*“(...) Abrir los ojos /
Abrir la boca /
Abrir las manos /
Cerrar filas /
Pensar el éxito como una medida de
la felicidad /
Y el fracaso como impotencia /
Reconocer que hay algo peor que
nada /
Y que es esto que vemos hoy a
nuestro alrededor /
Ser honestos /
Ser honestos /
Ser honestos /
Tres veces si es posible /
Por nosotros mismos /
Por lo que hacemos /
Por lo que otros hacen /
Cuatro, si hace falta /
por lo que juntos podemos soñar”.*

(Fragmento de la Declaración de Principios que acompañó a la cooperativa lavaca en sus primeros años de vida).

INTRODUCCION.

El tema que describiremos y analizaremos en esta tesina será el periodismo autogestionado en Argentina.

Nuestra investigación estará basada en la experiencia de la cooperativa de trabajo lavaca¹ que nació como respuesta a la crisis de 2001.

Debemos tener en cuenta que la revuelta del 19/20 de diciembre de aquel año, puso en escena muchas y diversas iniciativas colectivas. Se inventaron otras formas en el hacer frente al vaciamiento de representación política que se unía al contundente: “Que se vayan todos, que no quede ni uno solo”. Piqueteros², cartoneros³, clubes de trueque, fábricas recuperadas, asambleas barriales, cooperativas, crearon otra forma de vínculo social. Lavaca nació en aquel escenario de urgencias y estallidos, agitada por personas que sentían la necesidad de recrear el oficio de informar.

Su primera nota, que distribuyeron por mail entre sus contactos y con el lema “anticopyright”⁴, fue su primera producción pública con la historia de cada uno de los chicos asesinados aquellas jornadas del 19/20 y su intención fue transformar el número en biografía.

Comenzaron con una página web, a modo de agencia de noticias de libre circulación y reproducción. Formaron la Cátedra Autónoma de Comunicación Social como manera de impulsar y apoyar proyectos independientes. Siguieron con una editorial de libros

¹ La cooperativa fue registrada con el nombre de lavaca que se escribe todo junto y en minúscula. lavaca (s.f). “Qué es la vaca”. Recuperado de: <http://www.lavaca.org/que-es-lavaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015. En nuestro trabajo hemos decidido sólo mencionar Lavaca, al comienzo de toda oración. En el resto del trabajo aparecerá escrito lavaca todo junto y en minúscula.

² El término piquetero deviene de los cortes de ruta producidos por los pobladores de las ciudades Plaza Huincul y Cutral Co en los años 1996 y 1997. La protesta se dio en un contexto de desocupación y pobreza causada primero, por la reestructuración de la empresa del Estado Yacimientos Petrolíferos Fiscales (YPF); y luego, por su posterior privatización. Pero, el motivo que provocó la pueblada (sin precedentes en la región) fue el cese en las negociaciones entre el gobierno provincial presidido por Felipe Sapag y una empresa canadiense, la cual iba a instalar una fábrica de fertilizantes. Andrea Andújar (2005: 31) señala que: “(...) desde esas experiencias emergieron los movimientos piqueteros como novel actor social, gestando formas de participación y acción alternativa, y dando cauce a conflictos sociales de diversa envergadura”.

³ Sabina Dimarco (2005: 1) define a los cartoneros y el contexto social: “El sostenido proceso de disgregación de la clase trabajadora en su forma tradicional como consecuencia de las políticas de corte neoliberal -redefinición del Estado y del mercado mediante– condujeron al paulatino incremento de la población que recurre a la recolección de residuos como el principal sustento de su cada vez más empobrecida economía familiar. Este *increscendo* encuentra su punto cúlmine con la crisis del 2001: en aquel momento, junto con los saqueos y el Congreso ‘tomado’ por los ‘caceroleros’, los cartoneros se convierten en una postal de la situación que atravesaba el país. Cuatro años después, la recuperación informal de residuos persiste como actividad económica que permite la subsistencia de vastos sectores de la población y la disminución de su número es escasamente sensible a los indicadores económicos que se exhiben orgullosamente desde el gobierno como cifras optimistas respecto de la recuperación productiva del país. La persistencia y el desarrollo de esta actividad laboral, una de las que más se ha incrementado en los últimos años, ha ido generando una extensiva, compleja y novedosa trama de sociabilidad”.

⁴ Anticopyright quiere decir libre circulación y reproducción. Ellos mismos lo definen: “Todas las notas de lavaca pueden ser reproducidas libremente, total o parcialmente, aunque agradeceríamos que citaran la fuente”. Recuperado de <http://www.lavaca.org> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

de autoría propia y ajena con el objetivo de sistematizar experiencias. Decidieron lanzar un periódico con frecuencia mensual para profundizar los temas que tratan en la página web. Dieron vida a un bar para que los lectores tengan un punto de encuentro, cara a cara, con los periodistas y pusieron en juego la economía social. Crearon su propia radio por internet, que es productora de contenidos y de libre reproducción. Y se atrevieron a tener su propio programa de televisión vía web. En su afán crear una cooperativa de trabajo, lo que produjeron fue un medio social de comunicación.

Debemos mencionar que al desandar el camino de su construcción autogestiva, nos encontramos con luchas que el colectivo encabeza y que acompañan otros medios independientes. Ese hecho nos llevó a indagar sobre la alianza que gestaron bajo el nombre de Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA) y nos llevó a explorar sus luchas cotidianas.

El periodismo autogestionado se debate hoy en día, en medio de importantes dilemas sobre los caminos posibles que puede asumir la autogestión. Sobre todo pone en discusión tres cuestiones centrales: su relación con el Estado, su relación con el mercado y la relación entre ellos: los diferentes medios autogestivos

Bajo este marco y a más de diez años vista de la creación del colectivo, nos encontramos con AReCIA, fundada y presidida por Lavaca, que nuclea, a diciembre de 2014, 213 publicaciones en todo el país⁵ y tiene presentadas dos leyes⁶ en el Congreso Nacional en espera de ser aprobadas (ver Anexos).

A la vez, inscribimos este tema dentro del proceso histórico en el cual cobra legitimidad y materialización la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación

⁵ Según datos extraídos del último censo realizado por AReCIA (Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina) con fecha diciembre 2014. Según datos que surgen al 22/09 en el sitio de AReCIA, son 284 revistas. Nosotros nos manejaremos con el número de 213 revistas que surge del Censo realizado en diciembre de 2014. Revistas culturales (02/2015). "Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014" (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf> y Revistas culturales (09/2015). "Revistas registradas". Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/miembros/> - Última fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015.

⁶ El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (también llamada Ley de Fomento). Esta ley fue presentada por el diputado del Frente para la Victoria (FpV) Jorge Rivas y contó con el respaldo de más de una decena de diputados (ver Anexos). Y el 29 de octubre de 2013, el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos). A diferencia del primero, dicho proyecto fue elaborado por la legisladora Gabriela Cerruti en colaboración de la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA) y propone incorporar a la producción autogestiva como parte integrante del patrimonio cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y se establece la creación de un Registro de Editoriales Independientes y Autogestivas de Comunicación Cultural (REdIACC). Con estas leyes se busca promover y fortalecer la comunicación cultural autogestiva. Se exige: –Reconocimiento del Estado de la inversión autogestiva: exención impositiva. –Creación de un fondo destinado al sector equivalente al 20% de la pauta oficial. –Inclusión de la experiencia de la edición cultural independiente y autogestiva en los planes de estudios primarios, medios y superiores, entre los puntos más importantes.

Audiovisual (SCA)⁷, de la cual se ha excluido al periodismo gráfico. Las Revistas Culturales Independientes de Argentina sufren en la actualidad el desamparo por no haber políticas públicas que las protejan, ya que quedaron afuera de la Ley SCA. La base legal que regula la venta y distribución de diarios y revistas, está regida por el Decreto N° 1025 que fomenta la desregulación del mercado. Lógica promovida por el menemismo⁸, que deja a la intemperie a canillitas y productores gráficos independientes, y que acrecienta la concentración en manos de los conglomerados mediáticos. Desde AReCIA, a partir de una Campaña de democratización, exigen: - Derogación del decreto que consagra la concentración de la prensa gráfica en Argentina. - Sanción de la Ley de Fomento a las Revistas Culturales Independientes y Autogestionadas. - Sanción de la Ley que regula el trabajo de canillitas (ver Anexos). En Argentina, las publicaciones autogestionadas llegan mensualmente a manos de 1.4 millones de lectores de publicaciones gráficas y casi 3.8 millones en revistas digitales⁹ (ver Anexos).

El trabajo que presentamos a continuación es el resultado de la investigación sobre la cooperativa periodística lavaca, que incluye la lucha de los medios autogestionados, que demuestran en el día a día, con pocas herramientas, escasos recursos económicos, nulas posibilidades de créditos financieros, con gestiones autogestivas exitosas y creativas, que otro periodismo es posible.

⁷ La Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) fue aprobada por el Congreso y promulgada por el Ejecutivo 10 de octubre de 2009 en reemplazo de la Ley de Radiodifusión 22.285 que fue instituida en el año 1980 por la dictadura militar (autodenominada Proceso de Reorganización Nacional). Clarín impugnó durante 4 años consecutivos 4 artículos de la ley N° 26.522 (41, 45, 48, 161) y por lo tanto, paralizó su plena aplicación. El 29 de octubre de 2013, la Corte Suprema de Justicia, dictó un fallo final que determinó la validez de los artículos mencionados y la constitucionalidad de la Ley. Los objetivos más importantes: –Disminuir la concentración de la propiedad de los medios. –Otorgar a los Medios Estatales un mandato para que sean públicos y no gubernamentales. –Asignar un 33% del espectro radioeléctrico para que las organizaciones sin fines de lucro puedan acceder a la titularidad de medios de radio y televisión. –Cuotas de producción nacional, independientes y propias. En La Izquierda Diario (s.f). “A seis años, ¿qué pasó con la Ley de Medios Audiovisuales?”. Recuperado de http://www.laizquierdadiario.com/A-seis-anos-que-paso-con-la-Ley-de-Medios-Audiovisuales?utm_content=buffer0c3d9&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

⁸ Se refiere al periodo correspondiente a la presidencia de Carlos Saúl Menem (8 de julio de 1989 – 10 de diciembre de 1999). Según James Petras: “Menem es parte de la corte de presidentes latinoamericanos responsable de haber vendido a precio vil los recursos públicos más lucrativos en la historia de la región. De esta manera, el menemismo es parte de un fenómeno más genérico, el “*peonismo* (servilismo) político”: la utilización de la presidencia al servicio de las demandas y el espíritu adquisitivo de las corporaciones multinacionales. Comprender al menemismo es enfocarlo como un fenómeno relacionado con un patrón general de comportamiento en América Latina”. Petras, James (Herramienta N° 12, 2000). “El menemismo: el contexto internacional de la década del 90”. Recuperado de <http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-12/el-menemismo-el-contexto-internacional-de-la-decada-del-90> - Última fecha de consulta: 11 de octubre de 2015.

⁹ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf> - Última fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015.

Hemos decidido aproximarnos a esta problemática organizando su tratamiento en diferentes niveles de análisis. Su presentación consta de siete partes principales. Las detallamos en los siguientes párrafos:

La primera parte, *Antecedentes*, aborda las indagaciones preliminares sobre procesos autogestionados realizadas tanto en tesinas de grado, como en tesis doctorales. Esta instancia permite tomar contacto con la temática autogestiva y conocer los procesos paralelos que se dieron en otros ámbitos.

La segunda parte, *Perspectiva metodológica de la investigación*, incluye una descripción y análisis del método elegido para poner en marcha esta tesina.

La tercera parte, *Marco Teórico para una línea de interpretación*, introduce los conceptos teóricos de autogestión, mercado, Estado y analiza el escenario socio-económico y político en donde se desarrollan y en el cual se materializan los medios de producción independientes. Este apartado vincula autogestión - mercado y estudia cómo repercuten las dinámicas del neoliberalismo en el desarrollo de proyectos autónomos. Por otro lado, brinda diversas definiciones de Estado y pronuncia las tensiones y las luchas que se generan cuando lo autogestionado recurre al Estado.

La cuarta parte, *De los orígenes al auge de la autogestión*, presenta la historia y principales postulados en relación a las Empresas Recuperadas, por un lado; y Cooperativas por el otro, que a la vez, conformaron la matriz de lo que luego devino en periodismo autogestionado.

La quinta parte, *La autogestión periodística*, analiza el auge de colectivos periodísticos, desarrolla la crisis del periodismo tradicional y el surgimiento de lo autogestivo. Está presentada en diferentes fases: la fundamentación del periodismo autogestionado como medio social; la diferencia entre medio autónomo y alternativo-contrainformativo; y la construcción de una nueva subjetividad.

La sexta parte, *Estudio de un caso: la cooperativa lavaca*, da cuenta del nacimiento de la cooperativa periodística. Implica el abordaje de las necesidades y objetivos que surgen en la práctica periodística en los albores de la crisis de 2001. Se presenta a la cooperativa y se plantea el proyecto que le da sentido a su gestación y cómo se fue desarrollando. Se realiza una introducción a las revistas culturales y se da a conocer la constitución de AReCIA, de la cual lavaca fue gestora y que conlleva la generación de redes con otros productores independientes. Se analizan, además, las batallas del sector

La séptima parte, *Conclusiones*, es el corolario del trabajo donde se pondrá en relación los puntos estudiados en los apartados anteriores. A partir de lo desarrollado durante el trabajo se dará cuenta del escenario planteado (y dejado) por las políticas neoliberales y se intentará abordar qué desafíos e interrogantes presentan los medios

autogestionados en la actualidad. A modo de cierre, se analizará cómo se plantea el periodismo la construcción desde lo autónomo, desarticulando las certezas de una época.

I-ANTECEDENTES.

1-Estado del Arte. Indagaciones preliminares.

En este apartado hacemos un relevamiento de las tesinas o investigaciones -de grado o doctorado- que dan cuenta de procesos autogestivos comunicacionales.

Una de las tesinas consultadas es la realizada por María Claudia Lamacchia y María Alejandra Garagnani (2008). Las autoras centran su análisis en: "(...) los músicos que autogestionan sus producciones artísticas, que no pertenecen a ningún sello independiente, y/o formaron su propio sello (exclusivo para el solista o grupo musical que lo creó)" (Lamacchia y Garagnani, 2008: 13).

Las autoras investigan la propuesta de la Unión de Músicos Independientes (UMI) que impulsa la producción autogestiva y se enfrenta de esta manera a la industria cultural/musical. Lamacchia y Garagnani, (2008: 14), toman la teoría de René Lourau - desde la que parten-, analizan la autogestión y señalan:

*Es importante precisar que, según la propuesta de este autor, la contrainstitución no debe ser sólo un gesto rebelde y aislado contra el sistema. En este sentido, el proceso no alcanza una dimensión verdaderamente **alternativa**¹⁰ hasta que varios núcleos no sienten la necesidad de aliarse, federarse en una red (de producción, de distribución, de servicio, etc.) (...)*

Lamacchia y Garagnani (2008: 14) fijan, más adelante, los límites de su trabajo: "(...) indagaremos principalmente los beneficios y costos de la autogestión musical y su lugar en la industria. La autogestión, entonces, como opción ante las 'reglas de juego' planteadas por la industria discográfica/musical, será el impulso fundamental de esta tesina".

En el trabajo mencionado dan cuenta de: lo alternativo; la falta de espacio para todos; el ser músico autogestionado; las estrategias de la UMI y su relación con el Estado, entre los puntos más relevantes en relación con la temática que intentaremos afrontar con nuestro trabajo sobre la autogestión en el periodismo.

Lamacchia y Garagnani (2008: 71) toman el concepto de "ser músico autogestionado" a partir de una definición de Diego Boris: "(...) es la posibilidad de privilegiar la libertad artística por sobre cualquier otra cosa, ese es el valor principal. En base a eso buscar todas las estrategias, las formas para desarrollarlas. A la libertad artística hay que ejercerla. Esto quiere decir en algún formato de disco, de algún recital".

Las autoras no distinguen lo autogestivo de "lo alternativo" de "la contrainformación". O por lo menos, no especifican esa diferencia en su investigación. En cambio, nuestro trabajo, si bien analiza la autogestión en el periodismo, diferenciará los tres conceptos.

¹⁰ Negritas, N. del A.

Sobre la UMI Lamacchia y Garagnani (2008: 52) afirman:

El aporte social de la UMI no radica en los beneficios económicos para sus asociados, sino en la formación de otro modelo de músico y en el cambio gradual de las condiciones en las que se desarrolla su actividad. La construcción de otro modelo de músico significa la formación de un artista que intervenga y conozca todo lo que atañe al proceso de producción de su trabajo; que tenga poder de decisión sobre su producto; que defienda sus derechos; y que entienda que su obra supone el aporte cultural para las actuales y futuras generaciones que conforman nuestro país. Se intenta entonces que el músico valore su actividad, no sólo en cuanto a lo artístico sino también como fuente laboral.

Otras de las tesinas consultadas fue la realizada por la alumna Laura Vanesa Milano (2013). Bajo el título *Disidencia sexual, arte y autogestión en la pospornografía*, Milano (2013: 44) agrega:

La propuesta de cultivar una forma de hacer pornografía autogestionada, desde la casa, con la herramientas y dispositivos que están a la mano y principalmente libres de cualquier imposición marcada por el mercado o el poder. Sin depender de nada ni de nadie, la metodología DIY¹¹ implica hacerse cargo de producir por cuenta propia aquello que no existe en el mercado porque no es acorde a los intereses de las fuerzas dominantes.

La autogestión en la tesina de Milano (2013: 45) está planteada de la siguiente manera:

Si hasta hace poco tiempo, las industrias culturales tenían el monopolio de la producción y la distribución hoy es posible pensar en modalidades más horizontales, tal como observamos en la pospornografía. Individuos que antes eran solicitados solamente como consumidores, ahora tienen la posibilidad de convertirse en productores de su propia pornografía.

Se acerca, de alguna manera, a la concepción autogestiva que trabajamos en nuestra tesina: la autogestión como proceso creador por medio del cual el sujeto social, mediante formas artesanales de creación, de experimentación y de apropiación, reduce las distancias entre productor y consumidor. Es decir, se rediseña el circuito tradicional porque como dice Raúl Zibechi (2008: 140) en su libro *Territorios en resistencia*, “Han pasado a ser productores, lo que representa uno de los mayores logros de los movimientos en las últimas décadas, por lo que supone en términos de autonomía y autoestima”.

Existen dos tesis doctorales relacionadas con el tema. Las investigaciones son: Hudson, Juan Pablo y su tesis: *Procesos de recuperación de empresas por sus trabajadores: el desafío de la autogestión* (2009). El trabajo de Juan Pablo es una tesis

¹¹ La sigla DIY significa en inglés “Do IT Yourself” y su traducción al castellano es: “Hazlo tú mismo”.

doctoral que abarca la investigación sobre la recuperación de las fábricas en manos de sus obreros. Se centra en el estudio de un caso: la cooperativa Mil Hojas, una fábrica de pastas frescas ubicada en la zona norte de Rosario. El trabajo de campo lo inició en el año 2004 y al comienzo de su tesis, Hudson (2009: 17) desarrolla la siguiente hipótesis: “(...) los procesos de recuperaciones de empresas son procesos ambivalentes”. El autor señala que dentro de una misma experiencia conviven dinámicas innovadoras, creativas en relación al trabajo autogestivo, pero también afirma que son parte de ese desarrollo las conductas negativas y destructivas. En el devenir de los capítulos se puede ver una casi obsesiva preocupación por no caer en los argumentos románticos ni en idealizar los procesos. Menciona a la tercera fase con el nombre: **“El problema de permanecer juntos”**¹² (Hudson, 2009: 194). Hace hincapié en los vínculos que se establecen dentro de un espacio recuperado, específicamente a los existentes entre el consejo de administración y los trabajadores de las diversas áreas. Luego, Hudson (2009: 20) señalará que la confianza es el factor clave para la elección de un presidente y expondrá que “(...) en las empresas recuperadas existen dificultades manifiestas para poder reconocer el trabajo de gestión – trabajo intelectual como un trabajo (...)”. El interrogante central del capítulo XIV será: “¿Cómo se crean y aplican las reglas sin reconstruir nuevamente una organización patronal?” (Hudson, 2009: 20).

Por último, en el capítulo XV, aborda preocupaciones como los tipos de relación entre las empresas recuperadas y si han podido establecer redes entre ellas.

Compartimos con el autor que el proyecto de la autonomía se trata de un “(...) problema eminentemente político y social, dado que el discurso del *Otro*¹³ está íntimamente vinculado con el plano imaginario que sostiene una sociedad.” Hudson aclara: “(...) si la autonomía es un proyecto político-social es porque no se puede ser libre solo (...)” (Hudson, 2009: 59).

Nidia Abatedaga, ex docente UNNE y docente UN Córdoba, se doctoró en la UNLP en 2012 con el tema de empresas periodísticas autogestionadas. Hizo su tesis sobre el Diario de La Región, periódico recuperado en Resistencia; Chaco. Si bien no pudimos leer su tesis de doctorado, accedimos al abstract realizado para la revista El Cactus (N°1, 2012) que desarrolla sólo una de las hipótesis estudiadas en su tesis doctoral “¿Por qué la opción de apropiación colectiva? La comunicación en los medios masivos recuperados” (El Cactus 1, 2012: 57).

En esta publicación analiza las experiencias del periódico Comercio y Justicia en Córdoba, de El Diario del Centro del País en Villa María, y El Diario de la Región en

¹² Negritas N. del A.

¹³ Cursiva N. del A.

Chaco. De esta manera acerca la posibilidad de conocer nuevos modos de gestión y da cuenta de la construcción de nuevas relaciones comunicativas.

Tomamos de la autora, la conceptualización de la subjetividad, en tanto y en cuanto es producto de relaciones sociales enmarcadas dentro un contexto histórico-social en el que los individuos interactúan y reinterpretan el espacio social donde habitan y trabajan. Subjetividad como esa instancia dinámica, relacional, abierta y en permanente proceso de experimentación de la que habla no sólo Abatedaga, sino también Hudson.

Las siguientes tesinas y tesis que hubiese sido interesante consultar por la temática abordada, pero no se encuentran disponibles en Carrera de Ciencias de la Comunicación, son las siguientes:

Marrón Martiñán, Cristina L.: *Los anarquistas hoy*. Tutor: Enrique Angeleri, Tesina de la Carrera Ciencia de la Comunicación N° 405, UBA, 1997.

Cerlioli, Gabriela y Logarzo, Daniel: *La protesta humana. Análisis del periódico anarquista*. Tutor: Christian Ferrer, Tesina de la Carrera Ciencia de la Comunicación N° 446, UBA, 1997.

Escobar, María Laura y Simón, Francisco: *La Comunicación interna como sistema autogestionable*. Tutora: Mónica Silberman, Tesina de la Carrera Ciencia de la Comunicación N° 767, UBA, 2000.

Wahren, Juan: *Acciones colectivas, autogestión, territorios en disputa y nuevas identidades sociales: el caso de la UTD de Gral. Mosconi, Salta*. Directora: Norma Giarraca, Tesis de Maestría de la Universidad de Buenos Aires en Investigación en Ciencias Sociales, Carrera de Sociología, UBA, 2009.

II-PERSPECTIVA METOLOGICA DE LA INVESTIGACION.

1-Fundamentos metodológicos.

Inscribimos nuestro trabajo en un tipo de investigación cualitativa que no tendrá como objetivo la verificación de una hipótesis. Buscamos el descubrimiento conceptual y la creación. Nos abocaremos a una tarea de análisis sobre hechos acaecidos, debates y enfoques relacionados con el objeto de estudio.

Dicen Taylor y Bogdan (1986: 7): “La frase metodología cualitativa se refiere en su más amplio sentido a la investigación que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable”.

Pero además y sobre todo, utilizaremos la relación en el análisis de documentos. Es decir pondremos en juego la reconstrucción.

Toda reconstrucción sistemática implica una operación de interpretación. Stake (1999: 21) señala respecto a este punto:

La interpretación es una parte fundamental de cualquier investigación. Podríamos discutir con quienes sostienen que en la investigación cualitativa hay más interpretación que en la cuantitativa, pero la función del investigador cualitativo en el proceso de recogida de datos es mantener con claridad una interpretación fundamentada. Los investigadores sacan sus conclusiones a partir de las observaciones y de otros datos.

Taylor y Bogdan (1986) señalan que la diferencia entre un investigador cualitativo y uno cuantitativo es que los primeros dan importancia a la validez; los segundos, en cambio, dan prioridad a la confiabilidad y la reproducibilidad.

Los autores detallan (1986: 14):

Esto no significa decir que a los investigadores cualitativos no les preocupa la precisión de sus datos. Un estudio cualitativo no es un análisis impresionista, informal, basado en una mirada superficial a un escenario o a personas. Es una pieza de investigación sistemática conducida con procedimientos rigurosos, aunque no necesariamente estandarizados.

En este capítulo pondremos de manifiesto los fundamentos metodológicos que se ponen en juego en esta tesina. Daremos cuenta del universo de trabajo en que se circunscribe la investigación, las estrategias metodológicas, las fuentes y técnicas de recolección de información.

Esta investigación se estructura en el estudio de un caso. Robert Yin (1984) señala que el estudio de un caso es un método que permite el abordaje de procesos sociales respondiendo a las preguntas de “cómo” y “por qué”. Ambas preguntas no sólo se refieren a la observación y descripción, sino también permiten un seguimiento y

análisis de los procesos. El estudio de un caso se da cuando se estudia un fenómeno contemporáneo de la vida real.

La elección del caso, tal como lo argumentaremos en nuestro trabajo, tiene una funcionalidad en relación a intereses y objetivos problemáticos conceptuales. La pregunta, entonces, cumple una función primordial dado que constituye el eje principal que estructura la investigación. Robert Stake (1999: 28) que escribió un texto breve dando las claves de cómo realizar un trabajo disciplinado a partir de un análisis cualitativo de la investigación de un caso, señala: “La buena investigación no es tanto una cuestión de buenos métodos como de buen razonamiento”. Stake (1999) sugiere que tal vez el diseño de las preguntas es el trabajo más duro para un investigador porque deben orientar y estimular, pero deben hacerlo de manera flexible y no en exceso.

El autor dirá que hay “preguntas temáticas” y las “preguntas informativas generales”. Stake (1999: 32) afirma que las primeras tienen que ver con plantear un tema:

Cada tema puede demostrar que tiene una vida propia, y reclamar una atención cada vez mayor a medida que adquiere complejidad e interés. Se trata de uno de los problemas más serios de la investigación con estudio de casos. Es difícil conseguir mucha de la información que se necesita para completar un estudio, y los recursos son limitados. Un tema se convierte en el centro de atención.

En relación a las preguntas generales Stake (1999: 32) plantea que: “(...) buscan la información necesaria para la descripción del caso. Al investigador sin experiencia, sobre todo, le ayuda y le da confianza disponer de una descripción general de los aspectos más importantes, incluso de los secundarios, que requieren atención”.

2-Universo bajo estudio.

El estudio de caso propuesto se encuentra circunscripto sobre una cooperativa de trabajo limitada. Se trata de una cooperativa que comenzó nucleando cinco periodistas y un contador, que con el pasar del tiempo fue incorporando nuevos trabajadores. Tiene su sede material en el barrio de Congreso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y su nombre es Lavaca. La selección de este caso se fundamenta a partir de dos motivos principales: por un lado, la cooperativa fue gestada como respuesta a la crisis de 2001; por el otro, al momento del diseño de la tesina, Lavaca tenía más de diez años de existencia. Es decir, que no sólo se trataba de un caso autogestivo que salió disparado de las entrañas de aquel diciembre de 2001; sino que además tenía una lucha creada en el ámbito de proyectos autónomos de la cual era referente. Lavaca es autora y editora de dos libros (entre otros) relacionados con la problemática planteada en este trabajo: *Sin Patrón* (2004) y *El fin del periodismo y otras buenas noticias*

(2006). Son dos publicaciones, que a modo de guía, demuestran que autogestionarse es posible. Además dieron vida a la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA), fundada y presidida por lavaca, que nuclea, a diciembre de 2014, 213 publicaciones en todo el país¹⁴ y tiene presentadas dos leyes¹⁵ en el Congreso Nacional en espera de ser aprobadas (ver Anexos).

A estos dos primeros motivos y puntos de partida, se le debe agregar otro: los gestores de la cooperativa son periodistas que formaron parte de grandes medios y pos crisis de 2001, eligieron salir de ellos para formar parte de un proyecto de comunicación autónoma.

En cuanto al corte temporal, el estudio de la Cooperativa Ltda. lavaca abarca el período que transcurre desde su concepción, en abril de 2002, a la actualidad.

¹⁴ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

¹⁵ El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos). El 29 de octubre de 2013, el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos).

III-MARCO TEORICO PARA UNA LÍNEA DE INTERPRETACIÓN.

1-Conceptualización de autogestión, mercado, estado y el contexto de gestación para el periodismo independiente.

El objetivo de nuestro trabajo reside en: identificar nociones, conceptos, características, vínculos y formas en el hacer que fue desarrollando el periodismo autogestionado en Argentina a partir del año 2001. Si bien, tomaremos un caso: la cooperativa de trabajo Lavaca en particular, consideramos necesario abordar la problemática de las revistas culturales en general, para contextualizar su lucha. Creemos que como punto de partida, es indispensable establecer un mínimo de definiciones. Para delimitar el terreno de trabajo, comenzaremos a delinear los conceptos de autogestión, mercado y Estado junto a las tensiones que se generan cuando entran en contacto.

Autogestión.

¿Qué es la autogestión? Abraham Guillén (1988) en su *Decálogo de la autogestión*, como primera respuesta, descarta: “no delegar el poder popular”.

Paco Zugasti (2011) en el prólogo del libro *Autogestión ayer y hoy* aproxima una definición desde la negación. Según el autor, la autogestión no es el accionar obrero, ni la fórmula técnica de gestión ni es la participación de los trabajadores que comparten la planificación de una empresa si no cuestionan la propiedad privada de los medios de producción.

Si bien, tanto Guillén (1988), como Zugasti (2011) están afirmando lo que no es, estas nociones nos ayudan a delimitar el concepto.

Nelson Méndez y Alfredo Vallota (2006) en un artículo publicado en la “Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales” ahondan y brindan una exposición detallada del concepto.

Los autores que a su vez tomaron a otros teóricos para “proponer un núcleo central de definiciones” (Méndez y Vallota, 2006) señalan, para comenzar, que la autogestión es un proyecto o movimiento social. Para seguir, afirman que no está sólo enfocada a la producción de bienes y servicios. Y van más allá. Se atreven a proponer que lo autogestivo no tiene sentido si no es aspirando a la autonomía del individuo y procurando, siempre, que la participación sea colectiva. Por lo tanto, la autogestión parte del individuo pero no es individual, sino social.

La autogestión es colectiva o no es autogestión.

En este sentido, Zugasti (2011: 11) decreta: “La autogestión, o tiene un trasfondo ideológico, o no pasa de ser un diseño tecnocrático sin ningún efecto potenciador de la persona ni transformador de la sociedad”.

Los inicios.

Respecto a los inicios de la práctica autogestionada, existen diversos puntos de vistas. Lucio Cornelio (1978), en su libro *Introducción a la Autogestión*, menciona que antecedentes relacionados con la autogestión pueden encontrarse en la segunda mitad del siglo XIX. Se sitúa en Francia y específicamente habla de La Comuna de París que se dio bajo la tutela de movimientos de obreros y estuvo vinculada a nombres como Proudhon, Bakunin y Marx. Si bien, en aquel momento no se denominaba “autogestión”, la práctica estuvo enlazada a una propuesta de organización similar.

En cambio, Andrés Ruggeri (2011), en su artículo “Reflexiones sobre la autogestión en las empresas recuperadas argentinas” afirma que los primeros intentos pueden encontrarse en Inglaterra en los comienzos del capitalismo industrial cuando los trabajadores se rebelaron a las patronales y se reconocieron como los verdaderos productores.

Ruggeri (2011) indica que estos focos, que recién nacían y vislumbraban la autogestión, fueron negados por el “cooperativismo”¹⁶ que convirtió a las cooperativas en funcionales al sistema capitalista y las aisló de la lucha obrera gracias a la cual se gestaron. Sin embargo, el autor señala que en todas las luchas posteriores encarnadas por la clase trabajadora estuvo presente la autogestión, pero fueron “tempranamente ahogadas por la reacción de las clases dominantes o del Estado, incluso los Estados surgidos de las mismas revoluciones” (Ruggeri, 2011: 61).

Alejandra León Cedeño (2002) hace referencia sobre las primeras nociones autogestionarias en los siguientes hechos históricos:

En el estallido de consejos obreros, breve pero intenso, que tuvo lugar 1905 en Rusia. En la Revolución Rusa de 1917 con los soviets, se creó una ola de consejos obreros que tuvo expansión por toda Europa, mientras tomaba fuerza la colectivización anarquista que venía gestándose desde 1850.

Frank Mintz (2011) recuerda que en Yugoslavia en el año 1950, se dio un proceso creado y comandado por el Estado bajo el mandato del Mariscal Tito. Hubo grandes e importantes concesiones: a los campesinos, se le dio la oportunidad de recuperar la libertad de decidir y manejar la producción; a las clases obreras se les permitió conformar consejos de obreros en las fábricas. Es decir, a los asalariados se les permitió la administración de los centros productivos. Pero, este impulso autogestivo propulsado por el Mariscal Tito fue endeble dado que fue un movimiento acompañado por la cúpula verticalista del aparato marxista-leninista. Se llevó a cabo para poder

¹⁶ El autor se refiere al cooperativismo tradicional.

ejercer desde el Estado un control sobre los sectores de producción. Es así que el atisbo autogestivo gestado por Tito no prosperó y terminó cuando falleció el Mariscal. Ruggeri (2011), afirma que el proceso “más rico” dentro de lo que fue el movimiento autogestionario naciente fue la Revolución Social Española¹⁷.

León Cedeño (2002) en su trabajo señala que la palabra “autogestión” tiene dos orígenes posibles. El primero es la expresión “samupravlieni”, que se utilizó en la Revolución Rusa y que está ligada al anarquismo; la segunda es “samoupravlje”¹⁸ o “samoupravlenie”¹⁹. Constituye el inicio del movimiento autogestionado, dado que designaba la administración de las fábricas a los obreros yugoslavos, proceso del cual hablamos anteriormente.

La autogestión en el Siglo XX.

Christian Ferrer (s.f)²⁰ expone que desde mediados del siglo pasado la idea autogestiva viene tomando relevancia entre intelectuales en búsqueda de transformaciones sociales y sobre todo como salida a la dicotomía entre modelos de sociedad que se presentan como “altamente estatizados”, o “que pregonan las buenas nuevas de la libertad del mercado”²¹.

La autogestión se materializa en el siglo XX.

Sin embargo, René Lourau (2005) escribió *Instituido, instituyente, contrainstitucional*, un texto en el cual señala que no hay un movimiento autogestionario que tenga sus propias bases para actuar.

Es importante señalar que lo instituido es lo ya establecido y lo instituyente es el contrapeso permanente a lo establecido. Sobre las contrainstituciones dirá que son las nuevas formas sociales que aparecen en lugar de las viejas.

¹⁷ La Revolución Social Española se da en el contexto de la Guerra Civil Española que tuvo lugar entre el 17 de julio de 1936 y el 1 de abril de 1939.

¹⁸ Según texto de León Cedeño (2002).

¹⁹ Según texto de: Mintz, Frank (s.f). “La definición de la autogestión”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015. En el blog www.asambleadelpueblo.org, el texto aparece a nombre de “Franz” Mintz. Elevamos una consulta y según mail de respuesta de César Gómez, integrante del blog, y su respuesta fue:

“...hemos consultado la entrada que nos refieres y efectivamente se trata de la misma persona. Pensamos, que quizás no se deba tanto al uso de pseudónimo, sino más bien a las particularidades propias de algunas lenguas, en las cuales cambia un poco la escritura de algunos nombres” (ver Anexos).

²⁰ Ferrer, Christian (s.f). “Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015. En el blog www.asambleadelpueblo.org, el texto aparece a nombre de “Cristian Ferrer Toro”.

Elevamos una consulta y según mail de respuesta de César Gómez, integrante del blog, confirmó que se trata de Christian Ferrer (ver Anexos). Ver referencia del artículo de Ferrer en el siguiente enlace: http://www.cira.ch/catalogue/index.php?lvl=notice_display&id=10839

²¹ Ferrer, Christian (s.f). “Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

Castoriadis (1983: 187) señala: “(...) el combate es monstruosamente desigual, pues el otro factor (la tendencia hacia la autonomía) debe hacer frente a todo el peso de la sociedad instituida”.

Félix Guattari (2013) en su artículo “Autogestión y política del deseo”²² propone lo siguiente:

La autogestión no puede ser sinónimo de un autonomismo generalizado, de un cierre sobre territorialidades celosas unas de otras —la familia, la comunidad, el partido, la raza—: es, por el contrario, desterritorializar, conectar las antiguas estratificaciones, abrirse sobre una perspectiva de gestión planetaria no centralizada, no planificadora multiplicando los centros de decisión y liberando energías libidinales hasta entonces prisioneras de investimentos raciales, nacionales, falocráticos, etc.

En este mismo sentido Lourau (2005) afirma que estamos determinados por las imágenes que nos hacemos del futuro que programan nuestros pensamientos y que íntimamente nos comandan, pero así como Guattari (2013) habla de desterritorializar y conectar con lo antiguo, Lourau (2005) sostiene que no sólo la línea temporal nos determina sino que también lo hacen todas aquellas luchas de resistencia, de rebeldía, que, como indica el autor, sus resultados no perduraron en el tiempo, pero señalan el camino de la autogestión (Lourau, 2005).

La autogestión y la crisis.

El concepto autogestivo que logró su esplendor a fines del 1800 y se consolidó en el 1900, ahora, en pleno nacimiento del siglo XXI se presenta como el camino posible para seguir cumpliendo sueños, pero reinventado. Aparecen en los inicios de esta nueva era, otros conceptos, otros tipos de lenguajes y otros desafíos de carácter político.

Manuel Castells (El País, 24/07/01)²³ escribió, casi a modo de vaticinio para lo que luego sucedería en Argentina, una columna en el diario español. Describe un nuevo escenario que comenzó a visualizarse con la movilización realizada en Seattle en diciembre de 1999 por ciudadanos en contra de la Cumbre de la Organización Mundial de Comercio (OMC) que se erigió como nuevo árbitro mundial.

²² Guattari, Felix (2013). “Autogestión y política del deseo”. Recuperado de <http://artilleriainmanente.blogspot.com.ar/2013/12/felix-guattari-autogestion-y-politica.html>. Última fecha de consulta: 02 de agosto de 2015.

²³ Castells, Manuel (2001). “Globalización y antiglobalización”. Recuperado de http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

Castells (El País, 24/07/01)²⁴ vislumbra una sociedad que no es pasiva ni sumisa, que reacciona frente a la pérdida de participación que los nuevos poderes se apropian y que las instituciones le niegan. Es una sociedad que sale a la calle. El autor está hablando del movimiento antiglobalización establecido en el centro del mundo globalizado y analiza:

Y así, frente a la pérdida de control social y político sobre un sistema de decisión globalizado que actúa sobre un mundo globalizado, surge el movimiento antiglobalización, comunicado y organizado por Internet, centrado en protestas simbólicas que reflejan los tiempos y espacios de los decididores de la globalización y utilizan sus mismos cauces de comunicación con la sociedad: los medios informativos, en donde una imagen vale más que mil ponencias. (Castells, 2001)²⁵

Lo nuevo.

Manuel Castells (El País, 24/07/01)²⁶ habla de globalización y habla de internet, dos conceptos que comienzan a implantarse a fines de la década de los '90. Y habla también de "movimiento antiglobalización" caracterizado por la diversidad y la pluralidad.

Ignacio Ramonet (Solidaridad, 20/10/2003)²⁷ menciona la aparición de internet como una revolución que se presenta en el ámbito de las comunicaciones y que permite que la globalización se materialice.

Estamos hablando de la Revolución Digital que está caracterizada por poner en circulación un nuevo sistema de comunicación que a la vez es un nuevo medio de transporte: se lo ha denominado "las nuevas autopistas de la información".

Por estas nuevas vías transitan las comunicaciones, pero también la riqueza.

Ramonet (Solidaridad, 20/10/2003) describe un estado de situación:

(...) hace 20 años el 95% de la economía era economía real y el 5% era economía financiera, es decir venta y compra de divisas, los mercados de divisas o los mercados financieros, venta y compra de valores bursátiles de todo tipo. Hoy en día, si representásemos a la economía en escala internacional tendríamos exactamente la misma tarta, 95 y 5 (...) el 95% es la economía financiera y el 5%

²⁴ Castells, Manuel (2001). "Globalización y antiglobalización". Recuperado de http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

²⁵ Castells, Manuel (2001). "Globalización y antiglobalización". Recuperado de http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

²⁶ Castells, Manuel (2001). "Globalización y antiglobalización". Recuperado de http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

²⁷ Ramonet, Ignacio (2003). "Los medios y la globalización". Recuperado de <http://www.solidaridad.net/noticia/682/los-medios-y-la-globalizaci-o-n-por-ignacio-ramonet> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

*es la economía real. Del 100% de la economía solo el 5% de ella crea empleos y crea bienes, lo demás es pura especulación económica.*²⁸

Es decir, que la globalización es un fenómeno financiero. ¿Por qué? Porque atado al desfase proporcional entre economía real y financiera actual, existe la concentración económica: grupos empresarios que poseen canales de televisión, editoriales, estaciones de radio, periódicos, productoras de música y hasta equipos de fútbol.

Por lo tanto, concentrar información se convirtió en la clave de acumulación de poder.

El movimiento antiglobalización cuestiona el modelo de poder instaurado por la globalización y trata de debilitarlo haciendo circular la información que los medios concentran y muchas veces ocultan.

La definición brindada por “Especiales” del diario *El País* (2001)²⁹ es:

El Movimiento de Resistencia Global es una corriente de protesta mundial que reúne a decenas de grupos de diferentes países que tienen en común su rechazo al capitalismo y al modelo neoliberal. Es un movimiento en el que se dan cita, colectivos diferentes como sindicatos, intelectuales de izquierda, ecologistas, indigenistas o grupos desfavorecidos que acusan al sistema económico de amoral e injusto.

En este contexto se dio el estallido de diciembre 2001 en Argentina. Si bien fue contemporáneo a estas protestas anti-sistema, no estuvo enmarcado en el movimiento antiglobalización, ni fue producto de una acción deliberada generada por un grupo de personas. Fue una respuesta espontánea de la sociedad a una coyuntura económica, política y social crítica.

La calle.

El gobierno nacional de la mano del presidente Fernando de la Rúa, no había sido capaz de hacer frente a los vencimientos de la deuda pública y el FMI había negado un préstamo para asegurar los gastos mínimos del Estado. Ambas acciones generaron una fuerte fuga de capitales nacionales y extranjeros. El 3 de diciembre de 2001, el gobierno decretó un límite a la extracción de dinero en efectivo de los bancos. Se sumaban los despidos en las pequeñas y grandes empresas, y las manifestaciones de “los piqueteros” se hacían cada vez más asiduas. El 14 de diciembre se produjeron los saqueos en Rosario y Mendoza. Tres días más tarde ya se habían extendido al Gran Buenos Aires.

²⁸ Ramonet, Ignacio (2003). “Los medios y la globalización”. Recuperado de <http://www.solidaridad.net/noticia/682/los-medios-y-la-globalizaci-o-n-por-ignacio-ramonet> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

²⁹ El País (2001). Recuperado de <http://www.elpais.com/especiales/2001/antiglobalizacion/que.html> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

El 19 de diciembre, la gente ya estaba en la calle. La policía comenzó a reprimir y provocaron las primeras muertes.

Esa noche, en el mismo momento en que el presidente De la Rúa pronunciaba por cadena nacional un discurso declarando el estado de sitio, comenzaban los cacerolazos de protesta. Bajo el lema “Que se vayan todos”, el pueblo marchó hacia Plaza de Mayo desafiando al gobierno y manifestando la desconfianza hacia la clase política, las instituciones y las instancias representativas.

“Por primera vez en la historia, un gobierno surgido de elecciones libres era derribado no por un golpe militar sino por el rechazo popular manifestado en las calles” (Pousadela, Inés, 2006: 79 y 80).

La movilización popular, autoconvocada, desafió un estado de sitio decretado hacía instantes, logró la revocación del gobierno en funciones y generó en la población una sensación de protagonismo que los convertía en actores.

Si volvemos para atrás en la historia, podemos notar que los reclamos de la sociedad argentina y mundial no distan demasiado de los pedidos que urgían de las filas de los anarquista y obreros del fines de siglo XIX y XX. Ya no son sólo ácratas los que toman la autogestión como medio para desarrollar sus proyectos. Sino es gran parte de la sociedad que acepta como guía el inesperado proceso colectivo.

Lo que sucedió después del 19 y 20 de diciembre de 2001 es que se tuvo que tomar a la invención como forma de subsistencia. La proliferación de las asambleas barriales, la recuperación de fábricas quebradas por sus ex dueños, la creación de cooperativas, el trueque como modalidad de intercambio, fueron las iniciativas de la sociedad frente a un supuesto Estado ausente. Según analizan Mastrini y Mestman (1996), desde los años '80 se intentó legitimar una no intervención del Estado. Bajo el término “desregulación”, se intentó enmascarar la intervención estatal en términos de políticas de comunicación. Los autores afirman que el concepto “desregulación” es una falacia dado que se quiere hacer pensar en la retirada del Estado, cuando en realidad, desde el Estado se están manipulando dispositivos legales para otorgarle herramientas a los monopolios. El periodista Carlos Del Frade (2014), en su libro *Ciudad blanca, crónica negra*, señalará que la frase “Estado ausente” es mentira porque el Estado siempre está presente o de forma virtuosa (a través de las leyes, la salud pública, los maestros, los psicólogos, etc.), o de forma corrupta porque también está presente con la policía, pero corrompida.

Christian Ferrer (s.f)³⁰ concibe a la autogestión como organizadora de la autonomía y constructora de la libertad. Desde este lugar, el autor opone la autogestión a la dominación que existió históricamente entre los hombres. Ferrer (s.f)³¹ afirma:

(...) deberemos hablar de la autogestión y sus vínculos con la distribución simétrica del poder, con la distribución igualitaria del trabajo y las posesiones sociales, y con la posibilidad de que constituya un medio para que el ser humano se libere del reino de la necesidad económica y pueda desarrollar capacidades humanas aun débilmente experimentadas”.

Según Raúl Zibechi (2011), el peligro hoy, para las clases dominantes, radica en las formas concretas de vida que los movimientos gestan en sus territorios autogestionados. Allí es donde las elites se dirigen para tratar de desmantelar su expansión.

Mientras tanto, Mintz (s.f)³², considera que la práctica autogestiva alienta a los trabajadores a desarrollarse, a formarse, pero fundamentalmente, a creer en ellos.

Paco Zugasti (2011: 11) da un ejemplo claro y preciso:

Cuenta Juan Gómez Casas en su Historia del Anarcosindicalismo español cómo el Conde de Romanones, al acabar la guerra, fue a visitar sus tierras de Guadalajara -que habían sido colectivizadas por la CNT- y quedó sorprendido del enorme progreso que éstas habían tenido. Preguntó quién había dirigido esa colectividad y le indicaron a Jerónimo Gómez Abril, pintor de brocha gorda que en aquellos momentos se hallaba preso y sobre el cual pesaban varias condenas a muerte. El Conde fue a visitar al pintor y le ofreció sacarlo de la cárcel a cambio de que aceptase dirigir sus tierras, contratado como capataz, con un buen sueldo. ‘Señor conde -contestó Jerónimo-, lo que usted ha visto no es solo obra mía sino de un colectivo de personas unidas por un ideal común, y esas cosas, señor Romanones, no se hacen por dinero sino por una idea.

De allá venimos y allá vamos.

¿Economía de mercado versus proyectos independientes?

Nuestra idea al vincular mercado y autogestión, es analizar cómo repercuten las dinámicas del mercado neoliberal en el desarrollo de proyectos independientes y visualizar los riesgos y los obstáculos que se presentan cuando se dan esas relaciones comerciales y económicas.

³⁰ Ferrer, Christian (s.f). “Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

³¹ Ferrer, Christian (s.f). “Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

³² Mintz, Frank (s.f). “La definición de la autogestión”. Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

Debemos pensar que los proyectos colectivos que rompen con la gestión de una empresa jerárquica, siguen dependiendo de la dinámica y las condiciones que impone el mercado dentro del paradigma económico actual.

Es decir, ya no existe un patrón, pero la producción, la comercialización y la distribución siguen atadas a permanentes exigencias del mercado que si no las cumplen, no sólo pueden entrar en una profunda crisis, sino que es probable que desaparezcan.

Dicho esto, creemos que para entender la actualidad, debemos deshilar algunas nociones que corresponden a la hegemónica economía de mercado, para luego presentar otras concepciones que fueron desarrolladas siglos atrás por pueblos indígenas en donde “lo económico” estaba íntimamente relacionado con las necesidades de las comunidades.

Seamos prolijos para comenzar, subrayemos entonces la diferencia entre capitalismo y neoliberalismo. Juan José Carrillo Nieto (2009: 13) plantea dichos conceptos de manera sencilla y clara: “(...) el modelo neoliberal es el conjunto de políticas económicas que responden a una fase más de acumulación del modo de producción capitalista, sumamente feroz y salvaje contra los sectores más desprotegido (...)”.

Y si queremos hablar de mercado dentro del sistema capitalista, debemos trabajar primero, la idea de economía en la que se enmarca dicho concepto.

José Luis Coraggio (2010: 11) en su texto “Territorios y economías alternativas” afirma que:

Los manuales de pensamiento único repiten que la economía es el sistema de asignación de recursos (que, se postula, son siempre escasos) a fines (que, se postula, son siempre limitados). Y proponen una solución con pretensión universal a la pregunta de cuál es el mejor sistema para optimizar el uso de lo escaso, problema que afectaría toda actividad humana. Esa solución sería el mercado (...)

La economía de mercado nos recuerda Coraggio (2010), es la respuesta neoliberal y, como afirman Nieto e Iglesias (1993) en su texto *Empresa Informativa* es la noción economicista que cuando se traslada a la visión de la empresa, lo hace bajo la unión de capital y trabajo para obtener beneficios ilimitados.

Los autores darán las coordenadas precisas a partir de las que se configura el concepto económico de empresa. Nieto e Iglesias (1993) señalan que es necesario que haya organización de personas y trabajo; se debe satisfacer necesidades con los bienes o servicios que se insertan en el mercado; no se puede producir para el autoconsumo; la búsqueda del fin de lucro es una exigencia; se constituye con aportes dinerarios y está siempre expuesta a correr riesgos.

Recapitulando, estamos en condición de enumerar los cuatro factores claves que según los autores mencionados, caracterizan al concepto economicista: recursos escasos; fines limitados; beneficios ilimitados; lucro incesante.

Pero, ¿qué es el mercado?

Nieto e Iglesias (1993) definen al mercado como la sede material donde se produce el encuentro entre la oferta y la demanda de bienes y servicios.

Adam Smith, a quien suele considerarse como el padre de la economía política, señaló que los precios de los bienes y servicios que se encuentran en el mercado son el resultado de la correlación de fuerzas entre la oferta y la demanda. Proclamará el principio de una “mano invisible” que regula el mercado. Y dirá que los individuos dentro del proceso de intercambio producirán actos sin su voluntad y sin la voluntad del gobierno.

Según Coraggio (2010) la noción de mercado fue insertada desde la violencia. ¿Desde qué lugar realiza dicha afirmación? Lo hace mencionando la colonización que sufrieron América y África. Y es más, añadirá que la colonización fue el proceso constructor de la economía de mercado. Fue impuesto y gestado en lo que Marx denominó acumulación originaria³³.

¿Cómo romper la hegemonía de mercado?

La economía de mercado se rige por normas que delimitan su accionar: debe ejercerse bajo la concepción el libre mercado; las transacciones están mediadas por un equivalente universal que es el dinero; la propiedad privada recae sobre el concepto de mercancías y el concepto de mercancía es aplicado a las definiciones tales como fuerza de trabajo, recursos naturales e información³⁴, por ejemplo, los bienes y servicios producidos y puestos en el mercado para su venta procuran satisfacer necesidades ajenas; los actores económicos están constituidos por dos tipos de personas: físicas y jurídicas que conllevan derechos y deberes establecidos legalmente (Coraggio: 2010; Nieto e Iglesias: 1993).

Coraggio (2010: 10) añadirá:

Cuando el punto de partida empírico es el de este sistema-mundo globalizado, donde lo local experimenta los efectos de una estrategia de globalización que excluye y aniquila la vida de millones de seres humanos y que provoca desastres ecológicos, la reversión de esos procesos no parece fácil, si es que fuera posible. La necesaria afirmación de la vida nos lleva a poner esta categoría y no la del lucro como valor último de la economía, así como a dar prioridad a los intereses de

³³ Karl Marx señala que el sentido de la acumulación originaria es expropiar a los productores directos. Es decir que a los medios de producción no puedan acceder más que sus propietarios.

³⁴ Si bien estos conceptos surgen de los textos de Nieto e Iglesias (1993) y de Coraggio (2010), sin embargo, Coraggio no habla de información. Sí lo hacen los autores Nieto e Iglesias.

las víctimas de esta estrategia, atacando las justificaciones de los desastres al interpretarlas como resultado inevitable de procesos sin responsables.

Adherimos entonces, a la propuesta que Coraggio (2010) trabaja en su ponencia. El autor habla sobre la economía comunitaria para lograr el “bien vivir” o el “buen vivir” gestadas por los pueblos indígenas de América Latina (Coraggio, 2010). Se centra en los conceptos de sociedad que se caracteriza porque “incorpora necesariamente otras dimensiones y complejidades de los agregados humanos” y de comunidad que definirá como “dimensión inseparable de la especie humana” (Coraggio, 2010: 10). Y mientras en la primera están escindidos los campos políticos, económicos, culturales y ecológicos; en la segunda “se mantiene la unidad práctica y simbólica entre estos” (Coraggio, 2010: 10). Es decir, las diferenciará y señalará que lo interesante está en ver a las sociedades y a las comunidades como entidades que se necesitan mutuamente y articulan entre ellas. Y no como formas excluyentes y que se eliminan unas a otras. Sus economías, por lo tanto, estarán regidas por las necesidades puntuales establecidas en la relación entre economía, región y territorio.

No hay lugar, en la noción de economía comunitaria, para la imposición de políticas globales tal como lo entiende la economía de mercado. Un mercado, explica Coraggio (2010), que se presenta como institución racional y que homogeniza el comportamiento humano bajo el concepto de “homo economicus”³⁵ cuyas características son la despersonalización, el individualismo y la competencia.

Coraggio entiende a la economía como:

(...) el sistema de normas, valores, instituciones y prácticas que se da históricamente en una comunidad o sociedad para organizar el metabolismo seres humanos-naturaleza mediante actividades interdependiente de producción, distribución, circulación y consumo de satisfactores adecuados para resolver las necesidades y deseos legítimos de todos, definiendo y movilizand recursos y capacidades para lograr su inserción en la división global del trabajo, todo ello de modo de reproducir de manera ampliada (vivir bien) la vida de sus miembros actuales y futuros así como su territorio. Para esta definición, la economía es parte de la cultura en sentido amplio. (Coraggio, 2010: 11 y 12)

Por su parte, Pastore (2010) señala que existen emprendimientos económicos que se fueron gestando no sólo a la vera del tradicional sistema capitalista y de la organización estatal; sino que también de las economías populares de subsistencia. Pastore (2010) habla de la economía social y solidaria (ESS) que está orientada a cubrir necesidades en relación al bienestar humano y lleva consigo elementos autogestivos y tiende a tejer vínculos solidarios con su comunidad de pertenencia.

³⁵ Es el concepto utilizado en economía para ejemplificar el comportamiento humano.

Señalará que los antecedentes asociativos más relevantes se remontan a la primera mitad del siglo XIX como repuesta a los efectos sociales negativos de la Revolución Industrial.

Podemos aventurarnos a decir que los inicios de la autogestión coinciden en el tiempo con la gestación de la ESS.

Este descontento de los sectores populares quedó expresado en diversas experiencias cooperativistas, mutualista y de asociación obrera.

Desde fines del siglo XX, en Argentina, se hace presente una nueva economía social como respuesta al desguace que produjo el Estado de la mano de implementación de políticas neoliberales. Se abre esta nueva concepción de economía social y con ella se ha replanteado la relación entre lo económico, lo sociocultural y lo político desde un punto de vista de la autogestión y de acción solidaria.

El mercado y la conformación de los conglomerados de medios.

En el apartado sobre Autogestión hablamos de la crisis del 2001. Aquella crisis tuvo su antecedente directo en las políticas económicas neoliberales implementadas en los '90, pero no debe olvidarse que su proceso histórico está anclado en los cambios socioeconómicos aparejados por la última dictadura militar.

Mastrini y Mestman (1996) en su texto “¿Desregulación o rerregulación?” sostienen que el capitalismo, en su forma actual, tiende a la acumulación de medios de distribución dejando de lado la producción en el plano de bienes culturales.

Mastrini y Becerra (2003) afirman que son cuatro los procesos que tuvieron que confluir para que se concrete el nuevo ordenamiento de la información: el salto tecnológico que permite la conglomeración de medios, el desmantelamiento de las empresas públicas, la mundialización de los actores del mercado y la publicidad como modo de financiamiento.

En los '90, gracias al veto de diferentes artículos dentro de la Ley de Radiodifusión, fue posible dar lugar a los conglomerados de los medios comerciales de comunicación.

De esta manera, dado el contexto preciso, en el año 1991, la empresa Telefónica concretaba un nuevo contrato con el Estado español, y de esta manera abría su expansión en Latinoamérica, anclando en suelo argentino.

La consolidación de Telefónica como corporación global fue acompañada por su ingreso al mercado de medios comerciales de comunicación. Admira fue su aliada y de esta manera el Grupo Telefónica se convirtió a finales de la década del '90 en un importante actor del mercado de la información, incluyendo todos los rubros: internet, televisión, radio, cine, libros. Telefónica de Argentina se hizo llamar para camuflar su poder no-geográfico y meterse de lleno en la cabeza del país.

Mientras en Argentina se cocinaba la nueva grilla mediática en democracia, y la empresa Telefónica acrecentaba clientes, dinero, poder -no sólo de lucro, también compraba el poder de informar-, en Argentina se llevaba a cabo un proceso de ajuste salvaje y macabro que la demógrafa Susana Torrado (2010) en su libro *El costo social del ajuste (Argentina 1976-2002)* explicita de manera simple y contundente. Los datos de su libro no sólo son escalofrantes por lo que muestran, sino también por lo que significan. Ya desde el título se da a entender una continuidad en el modelo político-económico-social de dos sistemas de gobierno contrapuestos y antagónicos: dictadura - democracia.

Para Torrado (2010) no sólo hay continuidad en democracia del modelo implantado en dictadura, sino que estamos en presencia de un perfeccionamiento de la política económica creada en el '76 por el Ministro de Economía José Alfredo Martínez de Hoz. Torrado en el capítulo El modelo aperturista: 1976-2002, (explicará que es sinónimo del concepto popular "de ajuste"), y a partir de diversos cuadros confeccionados se puede analizar: un incremento de la pobreza, una descendente movilidad social, un deterioro en el porcentaje anual de la masa salarial en el PBI, y por ende, un crecimiento de la incidencia de la pobreza por ingreso. Susana Torrado (2010: 42 y 43) lo gráfica. Los cuadros son los siguientes:

Participación de la masa salarial en el PBI. En %. 1974-2002

Año: 1974 / Masa salarial - PBI: 48.5
Año: 1980 / Masa salarial - PBI: 30.8
Año: 1983 / Masa salarial - PBI: 26.1
Año: 1985 / Masa salarial - PBI: 29.6
Año: 1990 / Masa salarial - PBI: s/d
Año: 1995 / Masa salarial - PBI: 36.8
Año: 1999 / Masa salarial - PBI: 33.5
Año: 2001 / Masa salarial - PBI: 32.1
Año: 2002 / Masa salarial - PBI: 25.4
Fuente: Lindenboim (2005)

Porcentaje de hogares por debajo de la Línea de pobreza.

AMBA, 1974-2002 (fechas escogidas)

	Antes del ajuste	4.2
Oct-74	Gobierno militar	6.1
Oct-806	Gobierno radical	11.3
Oct-89	Gobierno radical	38.2
Oct-90	Gobierno justicialista	25.3
Oct-99	Gobierno Justicialista	18.9
Oct-00	Gobierno Alianza	20.8
Oct-02	Gobierno Alianza	42.3

Fuente: Elaborado en base a Lindenboim (2009)

Torrado, señalará:

Entre 1991 y 2000 fue prácticamente nula la creación de empleo asalariado; se satura la receptividad del sector 'refugio' para el empleo no-asalariado (cuentapropismo informal); casi todo el empleo creado fue precario (los asalariados no-registrados crecieron de 30% en 1991 a 35% en 2000). En este lapso, el impacto también fue diferencial según el estrato social, perjudicando más a lo más débiles. (Torrado, 2010: 42 y 43)

Cambian las normas laborales que llegan de los intereses de corporaciones como Telefónica, y de esto también dará cuenta la demógrafa Torrado indicando que con la desregulación de las viejas protecciones de los trabajadores disminuyeron las contribuciones patronales y los programas sociales y se constituyeron nuevas formas contractuales: períodos de prueba; contratos a tiempo parcial; contratos de aprendizajes y pasantías; límites a la duración de la jornada de trabajo; deterioro de la inspección de las condiciones de trabajo; descentralización de las negociaciones colectivas.

Por supuesto, los más desfavorecidos fueron los sectores de más bajos recursos.

El problema surge cuando los proyectos autogestionados quieren desarrollarse en un ámbito en el cual las condiciones, las exigencias y las presiones las impone el mercado.

Estado: ¿Protector o destructor de la autonomía?

Para nuestra investigación creemos que es indispensable traer la relación Estado - medios autogestionados porque como analizaremos más adelante, el sector de producción independiente solicita al Estado que se garantice la diversidad cultural y se aliente con políticas públicas la producción. Los medios autónomos creen que es el

camino para la democratización de la palabra escrita, resistida por los poderes monopólicos.

En este apartado pronunciaremos las diversas definiciones de Estado según distintos autores y más adelante intentaremos analizar las tensiones y las luchas que se generan desde la teoría, pero también desde la práctica, en el encuentro que se produce cuando lo autogestionado recurre al Estado. En un escenario legal signado por la batalla, a partir de la Ley 26.522, entre poderosos (gobierno – monopolios), en la que se deja afuera a los grupos independientes, y que, como respuesta a dicha exclusión, los colectivos exigen al Estado un reconocimiento de la inversión autogestiva y un porcentaje de la pauta oficial, entre otras peticiones, la participación estatal puede colaborar a garantizar las normas para que no cambien las estructuras y a la vez, se puedan generar las condiciones para regular y dominar las reglas de juego.

Antes de deslindar las distintas nociones de Estado que se presentan, nos adelantaremos en el análisis de nuestra investigación y traemos un párrafo del texto de Miguel Rodrigo Alsina (1989: 124):

El sistema político recibe una atención privilegiada por parte de los mass media: “entre los sujetos sociales productores de hechos-ruptura y de hechos-noticias”³⁶ emerge en los mass media un sujeto privilegiado -la clase política- depositaria de la función de continuidad y mantenimiento del orden”.

¿Qué significa lo que acabamos de citar?

Que dentro del sistema capitalista, y dentro de una organización jerárquica, el periodismo es un “proceso de producción institucionalizado” (Alsina, 1989: 124). Es decir, que más allá de las diferencias ideológicas de los medios, en este caso, los llamados “K” o “anti-K”³⁷, existen normas de producción que dan lugar a que los discursos periodísticos de ambos bandos (K – anti-K) sean similares. Desde nuestro

³⁶ Alsina (1989) llama hechos-ruptura a los acontecimientos excepcionales, es decir a los que rompen con la continuidad y que, sin embargo, se convierten en noticia. En cambio, denomina hechos-noticia a los que han sido realizados para ser eso: noticia.

³⁷ Los años de gobierno “kirchnerista” (Néstor Kirchner 2003-2007 / Cristina Fernández de Kirchner 2007-actualidad) estuvo zanjada por la lógica de la dicotomía, que lejos de ser visualizada como posibilidad de discutir sobre el presente, se vio profundizada hasta ser llamada, por muchos analistas políticos, como “la grieta”. Dicho concepto comenzó a circular frente al debate que cayó sobre la Resolución 125 que preveía fijar retenciones sobre las exportaciones de la soja y el maíz por más del 60%. El sector agropecuario decretó un paro con bloqueo de rutas que duró aproximadamente 100 días. Con la noción “grieta” se quiere significar la supuesta división irreconciliable que atraviesa al país frente a la postura que cada habitante tiene respecto al gobierno. Con la promulgación de la Ley SCA, que pone como actor principal a los monopolios de medios, y en primer plano al Grupo Clarín, de esta manera se profundiza el concepto. De este modo, “la grieta” toma otro rumbo: o se está a favor del gobierno o se está a favor del grupo Clarín. Se excluye la posibilidad de diálogo entre las dos posturas y lo que queda afuera de estos dos polos no se pone en discusión. Una de las excluidas fue la producción gráfica independiente. Algunos conceptos fueron recuperados de: <http://www.lanacion.com.ar/1644728-a-la-grieta-la-instalaron-nestor-y-cristina> y <http://www.lanacion.com.ar/1644155-los-polemicos-discursos-de-jorge-lanata-y-reynaldo-sietecase-en-los-premios-tato-> - Última fecha de consulta: 26 de julio de 2015.

análisis, podemos decir que lo que persiguen las instituciones (pongamos como caso: poder ejecutivo, o periodismo comercial K o anti-K), es mantener el statu quo.

Es decir, frente a la crisis, se modifica la ley (se reemplazó la Ley de Radiodifusión por la Ley 26.522), para que en definitiva, las estructuras no cambien.

Dicho esto, estamos en condiciones de comenzar a hablar de Estado.

Empecemos por la conocida definición que brinda Max Weber para poder entender qué función cumple en la sociedad. Weber escribe:

El Estado es aquella comunidad humana que, dentro de un determinado territorio (el "territorio" es elemento distinto), reclama (con éxito) para sí el monopolio de la violencia física legítima. (...) El Estado es la única fuente del "derecho" a la violencia. El Estado, como todas las asociaciones políticas que históricamente lo han precedido, es una relación de dominación de hombres sobre hombres, que se sostiene por medio de la violencia legítima (es decir de la que es vista como tal). Para subsistir necesita, por tanto, que los dominados acaten la autoridad que pretenden tener quienes en ese momento dominan. (Weber, 1975: 83 y 84)

Para Eduardo Colombo (2005), el Estado es definido como un paradigma a partir del cual se estructura la sociedad de manera jerárquica. Es inmanente la dominación porque la construcción que se pone en juego es según (Colombo, 2005: 59) la "expropiación que efectúa una parte de la sociedad sobre la capacidad global que tiene todo grupo humano (...)".

Colombo (2005) afirma que la expropiación no tiene porqué ser violenta porque hay un postulado que la contiene: el deber de obediencia política.

Dicho postulado responde entonces no sólo a la pregunta de por qué el pueblo tiene que obedecer las normas jurídicas de un país sino que también abarca la pregunta sobre por qué el pueblo mantiene tácitamente las normas y costumbres y no se subvierten ante ellas (cotidianamente).

"¿Cuáles son los rasgos o condiciones necesarias para que un Estado sea Estado?", se pregunta Agustín García Calvo (2005) y enumera: fronteras como modo de definición geográfica (como complemento se deberá establecer un centro); estadísticas en términos de saber cuántos habitan la tierra (para constituir un conjunto y llegar a la idea de totalidad); establecimientos de límites lingüísticos. La necesidad de unificación de centro se dará por la unificación lingüística (simplificar y dar unidad a la lengua se hará "desde arriba") y se llevará a cabo por la Academia Nacional de Lenguas.

Dice García Calvo (2005: 219), "Y es natural: ¿Cómo no va a preocuparse el Estado de la definición de su lengua, cuando es la lengua el último recurso de definición de la unidad a la que el Estado ha de agarrarse, una vez que todos los otros se han revelado inseguros y caprichosos? (...)".

La lengua entonces como frontera: delimita y constituye al Estado. A la vez, se necesita establecer un centro como condición de Estado. Asegura el autor que es necesaria la transmisión desde ese centro para mantener el orden estatal como unidad (García Calvo, 2005).

El pueblo deberá acatar la ley de cómo hablar. Entonces, dirá García Calvo (2005), llegamos a la otra condición de Estado que es la ley.

Para Deleuze (2005: 169) el Estado se define por la “conservación de órganos de poder”.

Colombo (2005) trata de comprender cómo el Estado institucionaliza el poder a través de un sistema de ideas que, a nivel de imaginario social, permiten reproducir, sobre una estructura inconsciente de participación, el mismo poder político.

Colombo (2005) habla entonces de la lealtad política conseguida y afirma que esta forma política del poder data de fin del Medioevo. En aquel entonces estaba dirigido al grupo inmediato, bajo un cuerpo institucional con características de unidad o totalidad, Es decir que la acción debió equipararse a la ley que implicaba a su vez, una sanción. Así el Estado moderno se reconoce sin la necesidad de usar la fuerza como coacción y es así es como la voluntad individual se ve obligada a someterse a las decisiones del poder político.

Colombo afirma:

El Estado no es un tirano pasional y caprichoso, es una entidad abstracta, “racional”, de una racionalidad instrumental sujeta al logro de sus fines, encuadrada por la ley y el derecho. Pero la ley está hecha por los hombres para producir efectos sociales, ella es un producto del poder político. Asimilar la legalidad y el Estado es una tautología propia del poder que legitima todo lo que toca. (Colombo, 2005: 67)

Para Gilles Deleuze (2005) el Estado existe a partir de una relación con el afuera, es decir que no será la relación del todo o nada lo que prime. Por eso dirá no hay un Estado universal; sino que el Estado es la soberanía que sólo existe cuando sea capaz de apropiarse localmente.

Es Michel Foucault quien agudiza la lente en torno al poder. Según Raffin (2008) Foucault crea conceptos y funda una elaboración: articula saber-poder y afirma que determinadas prácticas sociales gestan dominios de saber que, a su vez, conforman objetos nuevos que constituyen nuevos sujetos de conocimiento.

Está hablando no del poder con mayúsculas, es decir no conceptualiza el poder sólo relacionado con el poder político y su relación asimétrica entre dominadores y dominados; sino que da lugar a los intersticios que se dan en el entramado social. Raffin hablará entonces de un micropoder:

Hay que admitir, en suma, que este poder se ejerce más que se posee, que no es el “privilegio” adquirido o conservado de la clase dominante, sino el efecto de conjunto de sus posiciones estratégicas, efecto que manifiesta y a veces acompaña la posición de aquellos que son dominados. (Raffin, 2008: 37)

El poder entendido entonces ni como obligación ni como prohibición, sino como un movimiento zigzagueante entre la relación entre los diferentes actores.

El Estado y los medios sociales de comunicación.

La tarea de análisis y recopilación de datos de nuestro trabajo está centrado en la experiencia de la cooperativa periodística lavaca que nació como respuesta a la crisis de 2001. Debemos tener en cuenta que la revuelta del 19/20 de diciembre de aquel año, puso en escena muchas y diversas iniciativas colectivas. Se inventaron otras formas en el hacer frente al vaciamiento de representación política que se unía al contundente: “Que se vayan todos, que no quede ni uno solo”. Piqueteros, cartoneros, clubes de trueque, fábricas recuperadas, asambleas barriales, cooperativas, crearon otra forma de vínculo social. Lavaca nació en aquel escenario de urgencias y estallidos, agitada por gente que sentía la necesidad de recrear el oficio de informar.

Hoy, a más de diez años vista de la creación de aquellos colectivos, nos encontramos con la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA) que nuclea 213 publicaciones³⁸ y dos leyes presentadas al Congreso Nacional en espera de ser aprobadas³⁹.

A la vez, inscribimos este trabajo dentro del proceso histórico en el cual cobra legitimidad y materialización la Ley N^o 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA), de la cual se ha excluido al periodismo gráfico⁴⁰.

La perspectiva desde la cual partimos para hablar de “legitimidad” es la misma que toma la materia Políticas y Planificación de la Comunicación cuyo profesor titular es

³⁸ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

³⁹ El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos). El 29 de octubre de 2013, el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos).

⁴⁰ No se incluyó a los medios gráficos “Por razones políticas y constitucionales. Se consideró que los medios gráficos estaban protegidos constitucionalmente”. Fue la respuesta que dieron los representantes del Gobierno Nacional a la Corte Suprema de Justicia durante la sesión pública. lavaca (30/08/2013). “Las prácticas monopólicas en la prensa gráfica: una respuesta pendiente”. Recuperado de: [lavaca.org](http://www.lavaca.org/notas/las-practicas-monopolicas-en-la-prensa-grafica-una-respuesta-pendiente/) <http://www.lavaca.org/notas/las-practicas-monopolicas-en-la-prensa-grafica-una-respuesta-pendiente/> - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

Al decir de la cátedra de Guillermo Mastrini: “...no abarca la prensa escrita porque se entiende que para su ejercicio basta la cláusula de la libertad de expresión”. Mastrini, G.; Presentación de la materia. Teórico N^o1. Carrera Ciencias de la Comunicación (UBA), Material de la Cátedra.

Guillermo Mastrini. Creemos, al igual que la Cátedra, que sobre toda ley hay una disputa y un debate sobre la legitimidad política. Diego Rossi sostiene en una de sus clases teóricas:

La sanción de una nueva ley de SCA era impensable hace diez años atrás, por una lado por los problemas de posicionamiento de los actores y, por otro no se veía como legítimo que el Estado interviniera en el sistema de medios.⁴¹

Lo que nos interesa analizar es la tensión que se genera cuando la autogestión se relaciona con el Estado. Tensión dada desde la teoría y desde la práctica.

Mabel Thwaites Rey (2004) en su libro *La autonomía como búsqueda, el Estado como contradicción* señala que la idea de la construcción de “otro mundo”⁴² se implementa como posibilidad a la toma del poder. Los movimientos sociales no tienen como objetivo llegar al Estado para cambiar el presente, sino que se esmeran por crear nuevas prácticas que tienen que ver con la emancipación social en contraposición de un modelo hegemónico que se encarna como imposibilidad de que algo nuevo nazca. La crisis de 2001 movilizó alternativas que funcionaron como sustitutas al sistema dominante. Raúl Zibechi (2008) habla de nuevos saberes que se incorporan para gestar espacios de sobrevivencia y de acción política, pero también forman redes sociales que no tienen como fin el lucro. Es decir que lo que se pone en práctica es el autoabastecimiento para no depender ni del mercado ni del Estado. El autor uruguayo lo define de la siguiente manera:

(...) intentan que todos los productores dominen todos los saberes de la producción; la división técnica del trabajo no genera jerarquías sociales, de género o etáreas y se trabaja por descongelar la división entre trabajo intelectual y trabajo manual; y entre quienes dan órdenes y quienes obedecen. (Zibechi, 2008: 142)

Aparecen nuevas formas auto-sostenibles capaces de superar el aislamiento inicial, y las condiciones de precariedad.

Pero, ¿Es posible crear bases materiales para que estas organizaciones puedan fluir en un sistema que las excluye?

Hay que recordar que nosotros hablamos desde el presente. No es lo mismo situarse en la gestación de una cooperativa o una empresa recuperada a fines de 2001 que en la actualidad. Corrió mucha agua bajo el puente. Y uno de los actores que mejor entendió el escenario fue el gobierno presidido por Néstor Kirchner primero; y por el de su sucesora, Cristina Fernández, después.

⁴¹ Rossi, Diego; “Estado, democracia y políticas públicas”. Clase Teórica N° 2. Carrera Ciencias de la Comunicación (UBA), Material de la Cátedra.

⁴² “Otro mundo es posible”, fue la frase acuñada en el Foro Social Mundial realizado en la ciudad de Porto Alegre del 25 al 30 de enero de 2001.

Para ejemplificar podemos señalar que, respecto a las fábricas recuperadas desde el año 2003, el Estado viene creando programas para dar impulso a políticas concretas hacia el sector.

Sobre este punto Juan Pablo Hudson (2011) señala que se trata de una estrategia para sobrevivir que tiene como resultado una doble lógica: una respuesta inmediata (por parte de las empresas recuperadas) a la exigencia de los mercados y una dependencia hacia el Estado como única solución posible para que se logre financiar las inversiones.

En cuanto a la creación de cooperativas, el gobierno de Cristina Fernández implementó el programa Argentina Trabaja que dice estar inspirado en la economía solidaria y que fomenta la formación de cooperativas en relación a trabajos en obras públicas.

Según Zibechi (2011) lo que busca el programa es eludir los cambios estructurales, congelar la desigualdad y consolidar el poder de las elites.

Entonces vemos que el Estado se hace presente como salvador, pero también como controlador absoluto de los territorios en resistencia. Es decir, como protector y tutor del statu quo.

En palabras de Zibechi (2011), lo que intenta el Estado es vulnerar la autonomía.

Es en este marco que se configuran los medios sociales de comunicación, que logran gestarse al romper con la inercia social. El tipo de articulación logrado fue construido al margen del Estado y de toda institución.

Esto es lo que aprendieron los medios sociales de comunicación que no pretenden tomar el poder del Estado, pero sí recurren a él para lograr fortalecerse.

¿Cómo sobrevivir a esta tensión de lograr seguir siendo autónomo inclusive yendo al Estado para fortalecer la existencia de un medio cuya vulnerabilidad queda expuesta en términos económicos y competitivos?

Según Zibechi, no hay que rechazar las políticas sociales porque son una respuesta de contención. Sino, hay que acompañar exigiendo participación y sobre todo más democracia (2011).

La lucha se debe dar entonces, a un nivel micro. Es aquí donde entra en juego la noción de poder desarrollada por Michel Foucault (2005: 19):

(...) en el fondo no existe un poder, sino varios poderes. Poderes quiere decir: formas de dominación, formas de sujeción que operan localmente, por ejemplo, en una oficina, en el ejército, en una propiedad de tipo esclavista o en una propiedad donde existen relaciones serviles. Se trata siempre de formas locales, regionales de poder, que poseen su propia modalidad de funcionamiento, procedimiento y técnica. Todas estas formas de poder son heterogéneas. No podemos entonces hablar de poder si queremos hacer un análisis del poder, sino que debemos hablar

de los poderes o intentar localizarlos en sus especificidades históricas y geográficas.

Para Luis Mattini (2000: 13) el poder no tiene que ver con el gobernante, sino con estructuras económico-sociales que incluso someten al gobernante. Dice: “(...) **el poder es una relación social**”⁴³. Para ponerle apellido concreto: **la mercancía**”⁴⁴.

Zibechi cita a Joao Pedro Stédile, economista y activista social brasileño y afirma que la cuestión de poder se resuelve “transformado relaciones sociales” (2008: 149).

Desde nuestro lugar, podemos decir que lo que hay que lograr es desarticular relaciones de dominio y subordinación. Reforzar cada experiencia, sin reducir miradas y expandiendo estrategias que busquen no concentrar el poder sino multiplicar aprendizajes.

Exclusión y micropolítica.

Nos parece importante plantear, en el contexto descrito, la exclusión del periodismo gráfico de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522. Visualizamos que los medios independientes han quedado en posición de vulnerabilidad frente a la práctica monopólica⁴⁵. Esta vulnerabilidad los lleva a establecer un vínculo con la norma a partir de la exigencia de dos leyes⁴⁶ para garantizar su existencia. Desde AReCIA (MU N° 61, verano 2012-2013: 5) proclaman:

Las revistas culturales independientes no nos vendemos porque vos nos bancás. Por una ley que promueva y fortalezca la comunicación cultural autogestiva. Los medios culturales independientes gráficos y virtuales representamos la diversidad que garantiza el libre flujo informativo. Crecimos y nos sostenemos con el apoyo de nuestros lectores. Ahora, nos organizamos para exigir que se democratice el mercado con una ley que garantice nuestro libre funcionamiento y ponga límites a las mafias corporativas que pretenden controlar nuestra circulación.

⁴³ Negritas, N. del A.

⁴⁴ Negritas, N. del A.

⁴⁵ Vulnerabilidad que se concreta en toda la cadena productiva de los medios autogestivos. Primero, porque es monopólica la producción de papel que beneficia a los grupos concentrados (Papel Prensa). Segundo, es privilegiado el acceso al crédito y a las fuentes de financiación. Tercero, en el sistema de distribución el Grupo Clarín y La Nación pagan un 8% menos que la producción independiente. Cuarto, hay un avance hacia la monopolización del sistema de distribución que ya han denunciado distribuidores y canillitas. En los últimos dos años los grupos corporativos lograron comprar a precio bajo 3 empresas de distribución y casi 300 kioscos de Capital. lavaca (30/08/2013). “Las prácticas monopólicas en la prensa gráfica: una respuesta pendiente”. Recuperado de: lavaca.org <http://www.lavaca.org/notas/las-practicas-monopolicas-en-la-prensa-grafica-una-respuesta-pendiente/> - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

⁴⁶ El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos). El 29 de octubre de 2013, el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos).

En esta relación con el Estado nos interesa analizar qué gana, pero también qué pierde la autogestión. Nos preguntamos si estos colectivos serán capaces de mantener su autonomía y no caerán presos de las limitaciones, imposiciones, prohibiciones a pesar del amparo que toda regla proclama.

Mientras Clastres (2005) afirma que el Estado no es más que la profundización entre los que mandan y los que obedecen, Zibechi (2008) propone ampliar la perspectiva y estar allí donde se crea y se recrea el vínculo social. Allí está la clave de la lucha, insistirá.

Zibechi (2008: 148) aclama:

Los cambios los producen los movimientos pero no porque cambian solamente la relación de fuerzas en la sociedad –que la cambian de hecho- sino porque en ellos nacen-crecen-germinan formas de lazo social que son la argamasa del mundo nuevo, sino semillas-gérmenes-brotes de ese mundo. Ni más ni menos.

Retomemos a Guattari y Rolnik (2006) y la recuperación de la utopía. Como ellos, creemos que hoy por hoy, se tiene que dar en términos de micropolítica: los gestos de resistencia son más contundentes cuanto más pequeños y domésticos son.

IV- DE LOS ORIGENES AL AUGE DE LA AUTOGESTIÓN.

1-Empresas recuperadas.

Según Andrés Ruggeri (2014) el proceso de recuperación de una empresa data de comienzos del siglo XIX y está unido al origen del movimiento cooperativo. Señala que en nuestro país, los primeros registros de empresas recuperadas son de la década del '50.

Cuando hablamos de Empresa Recuperada por los Trabajadores es porque estamos en presencia de: "(...) una unidad económica –productiva o de servicios– que atraviesa un proceso por el cual pasa de la gestión privada a la gestión colectiva de sus antiguos asalariados" (Andrés Ruggeri, 2014: 5).

Pero, ¿Qué se pone en juego cuándo se recupera una empresa?

La acción de recuperar una empresa, es una decisión que se toma sobre la marcha de los hechos, sin mucho tiempo para pensar tácticas y estrategias, y sin dinero para financiar la toma del lugar de trabajo. Cuando se piensa en la recuperación, significa que antes hubo una desarticulación de los espacios de trabajos. Por lo tanto, los obreros deciden en ese momento de incertidumbre, que la empresa no desaparezca. Tratan de revertir la situación gestando proyectos, estableciendo vínculos sociales diferentes y fundando nuevas condiciones legales, productivas, administrativas diferentes. Es decir, que no sólo se trata de recuperar un puesto de trabajo; sino de la construcción de una nueva experiencia laboral (Hudson, 2009).

Zygmunt Bauman (2008: 12) señala: "Es el lápiz que separa lo legítimo de lo ilegítimo. El derecho a trazar el límite entre la coerción legítima (admisible) y la ilegítima (inadmisible) es el primer objetivo de toda lucha por el poder".

Las fábricas recuperadas en Argentina representan un dilema político y social cuyo camino se fue creando sobre la marcha. No fueron los jueces quienes brindaron respuestas, sino la tenacidad de la lucha, la claridad de los reclamos y la propia experiencia de los trabajadores la que dieron soluciones a lo que parecía no tener salida.

En su tesis de doctorado sobre empresas recuperadas, Juan Pablo Hudson (2009) establece que existe una diferencia entre el simple reingreso a un lugar y la recuperación en la capacidad de decidir sobre cómo gestionar sin patrón el lugar de trabajo. Hudson (2009) menciona que están presentes dos fases en el momento de la recuperación de la fuente de trabajo: la primera que él denomina "fase constituyente"; una segunda que la llama "fase autogestiva". El autor afirma que la recuperación en un primer punto implica la dualidad: incluido/excluido; y en el segundo: se hacen presentes acciones más profundas como la creación de nuevos vínculos, la incorporación del trabajo en conjunto, la toma de decisiones no delegada en el otro,

sino a partir de asambleas. Apunta que en el proceso de recuperación ambas opciones están presentes y es lo que determina la tensión entre la potencia de la gestión obrera y sus límites.

Si estamos hablando de la recuperación de empresas es porque antes hubo una quiebra. “Sin dinero sucio, impune y fugaz, no hay fábricas recuperadas”, dicta un párrafo del libro *Sin Patrón* de Lavaca (2004: 20). Y luego contextualiza la afirmación. En el año 2002, en la Cámara de diputados se produjo la siguiente intervención:

Hemos visto cómo un fondo común de inversión que fabrica deuda, toma las empresas con créditos a corto plazo y manda al bombo a firmas como Pan Fargo, Alfajores Havanna, Supermercados Norte o Heladerías Freddo. ¿Qué ley contempla todo esto? (...) Porque los delitos económicos ya no son un cheque sin fondos o un balance falso, sino los delitos económicos de la electrónica, los delitos complejos de transferencias de miles de millones de divisas, que son lo que están contribuyendo a que grandes masas indeterminadas de dinero vacíen países o hagan ricos a determinadas personas (...) (en Lavaca, 2004: 21)

Recordemos que en la década del '90 se dio la implementación del Plan de Convertibilidad que tuvo gran impacto en las actividades productivas. La llamada apertura económica implicó las privatizaciones de las empresas del Estado y la desregulación económica. La puesta en marcha del plan Brady para reparar los efectos de la cesación de pagos iniciada en 1988, impulsaba un nuevo endeudamiento. Los autores Schorr y Santarcángelo (2001) afirman que si bien hubo una primera etapa entre 1992 a 1994, que fue caracterizada por la acumulación, el crecimiento se concretó generando grandes niveles de desocupación y subocupación. Luego, la economía comenzó su proceso de recesión que se intensificó a partir de 1999.

Lavaca (2004) señala que en la búsqueda de evitar el cierre, frente al vacío legal, los trabajadores encuentran en la autogestión una estrategia. Saben que el éxito de la gestión obrera tiene que ver con la legitimidad, pero sobre todo de los lazos que sepan y puedan construir.

La particularidad del movimiento de recuperadas en Argentina ha llamado la atención mundial y además es considerado como el más profundo y numeroso (Ruggeri, 2014). Ruggeri (2014: 7) en su Informe correspondiente a 2014 sobre empresas recuperadas precisa datos y señala que: “(...) este cuarto relevamiento muestra una cantidad de 311⁴⁷ ERT⁴⁸ en el territorio de la Argentina, ocupando a 13462 trabajadores”. Según la investigación de Ruggeri, el cuadro queda distribuido de la siguiente manera (Ruggeri, 2014: 8):

⁴⁷ Hay un error respecto a este resultado. Cuando se cita el cuadro, se explica el motivo del error.

⁴⁸ ERT significa Empresas Recuperadas por los Trabajadores.

Cantidad de ERT en el territorio de la Argentina.

Argentina	Total de casos 2013	% por provincia	Cantidad de trabajadores	% del total de trabajadores
CABA	58	19%	1902	14,14
GBA	97	31%	4406	32,76
Bs. As. (interior)	46	14,79	1726	12,83
Chaco	9	2,89	343	2,55
Corrientes	5	1,61	454	3,38
Entre Ríos	5	1,61	328	2,44
Santa Fe	26	8,36	1191	8,85
Chubut	3	0,96	45	0,33
Córdoba	14	4,5	1003	7,46
La Pampa	5	1,61	157	1,18
La Rioja	4	1,29	133	0,99
Mendoza	7	2,25	173	1,29
Neuquén	6	1,93	837	6,22
Río Negro	8	2,57	256	1,81
San Juan	2	0,64	39	0,29
Tierra del Fuego	1	0,32	30	0,22
Catamarca	1	0,32	27	0,2
Jujuy	2	0,64	80	0,6
Misiones	4	1,29	93	0,69
San Luis	5	1,61	232	1,72
Tucumán	1	0,32	7	0,05
Total	311⁴⁹	100%	13462	100

Cuadro 1. Total de casos de ERT y cantidad de trabajadores por provincia. Promedio de trabajadores por ERT: 43.84. Elaborado en base al cuarto relevamiento nacional a diciembre de 2013⁵⁰.

⁴⁹ La suma no da como resultado 311, sino 309. Andrés Ruggeri salva el error (ver Anexos) y señala en un mail que responde a nuestra consulta: "(...) se trata de un error en la base de datos porque había dos que aparecían con rubro sin codificar y al filtrarlo por rubro quedaban afuera (el error se repite en otros cuadros). Ese mismo cuadro con dos menos provocó el arrastre en el de provincias y así quedó en el de la pág. 8. Son dos correspondientes al Gran Bs. As."

⁵⁰ Ruggeri, Andres (2014). "Informe del IV relevamiento de Empresas Recuperadas en la Argentina. 2014" Recuperado de http://www.recuperadasdoc.com.ar/Informe_IV_relevamiento_2014.pdf - Última fecha de consulta: 07 de octubre de 2015.

Ruggeri hace una distinción entre las recuperadas surgidas con la implementación del neoliberalismo y posterior crisis (tomará como corte el año 2004 inclusive); y las “nuevas recuperadas” que iniciaron su actividad con la recuperación de la economía nacional.

2-Cooperativas.

Muchas de las fábricas recuperadas buscan un marco legal para seguir desarrollando sus tareas y porque es necesario distinguir entre lo nuevo y lo viejo. Lo nuevo, es que los trabajadores deben hacerse cargo de la organización de las tareas y de la producción. Lo viejo, es dejar en claro que el vaciamiento de la empresa y el fraude en la gestión son acciones que corresponden a los antiguos propietarios (lavaca, 2004).

Pero, ¿qué es una cooperativa?

La definición que brinda la página del Instituto Nacional de Asociativismo y Economía social (INAES), -organismo que cumple las funciones de promoción, desarrollo y control de las cooperativas y mutuales-, es la siguiente:

(...) una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controladas. Es decir, una cooperativa: Es una EMPRESA⁵¹ que se POSEE EN CONJUNTO y se CONTROLA DEMOCRÁTICAMENTE⁵².

¿Por qué una cooperativa y no otra forma jurídica?

El INAES dará la primer respuesta: “El proceso organizativo de una cooperativa comienza cuando existe un grupo de personas que consciente de sus necesidades comunes se plantean la posibilidad de resolverlas mediante una forma legal y ordenada”⁵³.

Pero la razón fundamental para los trabajadores de una fábrica quebrada es que se encuentran con una realidad desconocida de un día para el otro, y constituir una cooperativa de trabajo es un trámite sencillo y práctico. No se requiere una gran suma de capital y hacen falta diez integrantes para su constitución, aunque excepcionalmente, si se trata de la gestación de una cooperativa de trabajo, se consideran necesarios seis asociados⁵⁴.

⁵¹ Mayúsculas, N. del A.

⁵² INAES. “¿Qué es una cooperativa?”. Recuperado de http://www.inaes.gob.ar/?page_id=696 - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

⁵³ INAES. “¿Qué es una cooperativa?”. Recuperado de http://www.inaes.gob.ar/?page_id=696 - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

⁵⁴ El Artículo 1 de la Resolución 324/94 contempla que la cooperativa de trabajo puede constituirse con un mínimo 6 (seis) asociados. INAES - Res. N°324/94 INAC. Recuperado de <http://www.inaes.gob.ar/wp-content/uploads/2014/11/Res.-N%C2%BA324-94-INAC.pdf> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

El órgano oficial encargado de la tramitación del este tipo de sociedades es el ya mencionado INAES que antes del auge de este tipo de cooperativas, gestadas gracias a la debacle económica de 2001, no tenía casi actividad (lavaca, 2004).

El INAES toma el lugar que anteriormente había tenido el Instituto Nacional de Cooperativas, que a diferencia del primero, este instituto era burocrático y caro.

Hubo dos cláusulas que se modificaron para lograr darle dinámica a la constitución de las cooperativas. Una de ellas está relacionada con las ganancias. Lo que recibe el socio de la cooperativa no es un salario, sino que se lo denomina retorno. La otra cláusula menciona que cuando un asociado se retira de la cooperativa no tiene derecho a la indemnización. De lo que se trata una cooperativa es de generar trabajo con el dinero que ingresa (lavaca, 2004).

Cuando hay excedente de capital, el INAES dicta lo siguiente:

(...) solo son repartibles los excedentes generados en la operatoria normal de la cooperativa, no aquellos productos de ingresos extraordinarios (donaciones, subsidios, etc.). Deberá deducirse del resultado positivo: 5% a Reserva legal; 5% al Fondo de Acción Asistencial y Laboral; 5% al Fondo de Educación y Capacitación Cooperativa; si estuviere estipulado en el Estatuto, el pago de intereses a las cuotas sociales integradas y el resto se distribuirá entre los asociados en concepto de retornos.⁵⁵

El INAES, además establece que toda cooperativa debe designar un Consejo Directivo, constituido por un presidente, un vice-presidente y un tesorero. La Asamblea, queda consagrada, dentro de la cooperativa, como máximo órgano de dirección.

El Capítulo VI de la Ley de Cooperativas N° 20.337 dicta: “La Asamblea es el órgano superior y soberano de la cooperativa, a través de la cual los asociados expresan su voluntad. En ella todos los asociados participan en un pie de igualdad con 1 voto por persona”⁵⁶.

La Asamblea puede ser convocada en cualquier momento, cualquiera de los trabajadores puede plantear un tema y debaten, acuerdos y desacuerdos; tácticas y estrategias.

El origen de una empresa recuperada devenida en cooperativa de trabajo fue el frigorífico Yaguané, propiedad del conocido y mediático empresario de la carne Alberto Samid, procesado por fraudes fiscales y que actualmente está encabezando la lista de participantes del programa de Marcelo Tinelli.

⁵⁵ INAES - Res. N°324/94 INAC. Recuperado de <http://www.inaes.gob.ar/wp-content/uploads/2014/11/Res.-N%C2%BA324-94-INAC.pdf> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

⁵⁶ INAES. “¿Cómo se constituye una cooperativa?”. Recuperado de http://www.inaes.gob.ar/?page_id=698 - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

Los trabajadores del frigorífico de Samid aprendieron algo: no se debe traspasar la titularidad de la empresa de forma legal porque de esta manera la nueva gestión se hace cargo de las antiguas deudas y fraudes del anterior dueño (lavaca, 2004).

Así se crea un nuevo modo de hacer las cosas. Se denomina: cooperativa.

En la actualidad hay constituidas 24.483 Cooperativas de Trabajo⁵⁷.

⁵⁷ Según datos estadísticos del INAES. Recuperado de http://www.inaes.gob.ar/?page_id=2841 - Última fecha de consulta: 07 de junio de 2015.

V-LA AUTOGESTIÓN PERIODÍSTICA.

1-Gestación de los colectivos periodísticos.

Ruggeri (2014) manifiesta que las empresas recuperadas pos crisis son casi tantas como las anteriores a dicho período. Por lo tanto, indica que hay que ampliar la perspectiva y no ver la recuperación del lugar de trabajo sólo como una respuesta a una crisis económica estructural.

El autor valora la visibilización que se le dio al proceso de recuperadas en aquellos años en que la desesperación bullía.

La gran potencia del movimiento de aquellos años fue convertir estos casos aislados en fenómenos cualitativamente relevantes, una rebelión de los sujetos aparentemente pasivos de la trayectoria de ese “ser vivo empresa”, los trabajadores, contra ese fatalismo de la economía y la ideología del capitalismo neoliberal. Porque los verdaderos (y únicos) seres vivos en una empresa son los seres humanos que la componen. Los edificios y las maquinarias, estructuras muertas sin trabajadores que las hagan funcionar, vuelven a ponerse en valor, a formar parte de la dinámica económica, incluso del mercado, cuando esos trabajadores que eran descartables, una mera contabilidad empresarial, las vuelven a poner en movimiento. (Ruggeri, 2014: 7)

Luego de analizar la recuperación de una empresa y el auge de las cooperativas como consecuencia de procesos de luchas y organización logrados por los trabajadores, podemos señalar que se abre otra mirada y entendemos que la autogestión comienza a incorporarse como forma de construcción. Es decir, adscribimos a lo que afirma Ruggeri que hoy ya no es ni un fenómeno ni una respuesta desesperada a una crisis económica: forma parte de una autonomía en el hacer que trae consigo nuevas maneras de administración y producción.

En palabras de Zibechi (2011) son creaciones populares que permiten sostener poderes populares que están enlazados a una búsqueda de sobrevivencia cotidiana, que nada tienen que ver con el deseo de concentración de la riqueza y que sí fundan sueños.

Pasaron casi 14 años de aquel diciembre de 2001 en el que el primer atisbo de potencialidad colectiva se vio al ver huir en helicóptero al Presidente de la Nación.

“La autonomía no brota espontáneamente de las relaciones sociales, hay que gestarla en la lucha y, sobre todo en la comprensión de esa lucha”, dicta un párrafo del libro escrito por Mabel Thwaites Rey (2004: 19 y 20).

Es decir, la resistencia social condujo a nuevas formas de comunicación. Salir a la calle, juntarse con el vecino, discutir los problemas en la Asamblea del barrio, fue una de ellas. La crisis puso en primer plano un escenario que Lavaca (2006: 21) describe de la siguiente manera:

Diciembre de 2001 marcó un punto de inflexión en la realidad argentina. (...) No se trató tan solo de un cuestionamiento a un grupo de funcionarios. No se detuvo en el deterioro de la imagen de los partidos políticos. El derrumbe tuvo como protagonista a las más importantes herramientas de intermediación social. Entre ellas, los medios comerciales de comunicación.

Una frase de aquella época, señala la distancia: “Nos mean y los diarios dicen que llueve”.

Y otros datos evidencian la herida:

Según el informe de la Asociación Mundial de Diarios (WAN), los diarios argentinos fueron protagonistas de la mayor caída de ventas de todo el mundo. Entre 1997 y 2001 el retroceso alcanzaba el 35.8%. Un ejemplo: el diario Clarín declaró que en 1993 vendía un promedio de un millón de ejemplares diarios. Según datos del Instituto Verificador de Circulación, en diciembre de 2005 vendió 411.363 ejemplares promedio de lunes a sábado y 774.163 los domingos. También hacia fines de 2001 la televisión llegó a su piso histórico de encendido. Un estudio de Ibope, realizado en septiembre de 2000, señalaba que la televisión abierta ya había perdido aproximadamente 560.000 espectadores en la franja que va de las 19 a las 24 horas, en comparación con el mismo mes de 1999. Según esa misma fuente, en enero de 2003 el encendido alcanzaba al 42%. Si se tiene en cuenta que la cantidad de hogares que tienen aparato de televisión supera el 90 por ciento, significa que más de la mitad estaba desconectado. (lavaca, 2006: 21)

Frente a la brecha existente entre representantes y representados, y en plena era tecnológica en donde las redes sociales imponen la interactividad, la velocidad, el lenguaje y el tiempo, al periodismo no le queda otra opción que amoldarse y el periodista no tiene otra alternativa que cambiar.

La televisión, el diario, la radio como meros soportes comunicativos quedan obsoletos. Y todo lo que implica dejar sentado a un sujeto frente a un medio de comunicación se vuelve parte de lo viejo. Porque ya no se es sólo espectador. Se es espectador y al mismo tiempo protagonista.

Esto entendieron quienes intentan día a día autogestionar sus proyectos periodísticos. En la actualidad son 213⁵⁸ las publicaciones independientes que proponen un cambio social a través de la comunicación como herramienta, ya no sólo de inclusión sino de transformación de lo cotidiano. En vez de trabajar el concepto de la noticia como mercancía, que toma a la comunidad como simple receptor y a la comunicación como nueva generadora de recursos económicos, se proponen convertir a la sociedad como productora de sentido. La participación se convierte en la esencia de la construcción social.

⁵⁸ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

Los movimientos sociales son un ejemplo que materializan lo que acabamos de mencionar.

Fidalgo Alday y Bula (2013: 203) en su texto “El trabajo audiovisual en los movimientos sociales del 2011” afirman que: “(...) estos movimientos ciudadanos no identificados, la imagen en general y en concreto la producción audiovisual, comenzaron a asumir y a ejercer roles bien definidos en cuanto a difusión, motivación, información y creación colectiva”.

Aparecen en primer plano el empoderamiento de los ciudadanos junto con la utilización de las nuevas herramientas digitales como los celulares que permiten intercambio de imágenes, no sólo fijas sino también grabaciones audiovisuales y las redes sociales que logran conectar, a gran velocidad y con un solo click, el mensaje a miles de personas, tanto local como internacionalmente.

Marcelo Expósito (2009) en su texto “Desobediencia: la hipótesis imaginativa”⁵⁹ señala que las nuevas maneras de narrar y de transmitir un hecho están atravesadas por múltiples miradas, cada una de ellas intervenidas por su propia perspectiva.

Fidalgo Alday y Bula (2013: 203), señalan:

Tal y como el propio Castells (2011) anuncia, la wikirrevolucion⁶⁰, tuvo o tiene, como base, un primer impulso social descentralizado, que evita la manipulación partidista y es posibilitada a través del rápido intercambio de datos basada en la libre comunicación. Todas las informaciones que eran emitidas en los medios de comunicación occidentales, estaban en más de una ocasión aderezadas con algún vídeo grabado y distribuido por un “videoaficionado” (el sobrenombre habitual para la imagen no oficial que se emite en los informativos), mostrando ataques policiales o marchas multitudinarias. La gran mayoría de estos vídeos, provenían de Youtube y de cuentas de Twitter (...)

Estas prácticas fortalecen las identidades y promueven los tejidos de redes cotidianas y posibilitan la organización comunitaria. Además le disputan la construcción de los imaginarios sociales a los monopolios que transforman la producción de noticias en medios de control de la opinión pública. La autogestión fue la clave para poner en marcha, sostener y hacer crecer la red social.

Fidalgo Alday y Bula (2013) hacen referencia a las diferentes revueltas sociales mundiales generadas a partir de fines de 2010: la revolución tunecina, la egipcia, la griega, el 15M español, los movimientos estudiantiles chilenos, el #YOSOY132

⁵⁹ Expósito, Marcelo (2009). “Desobediencia: la hipótesis imaginativa”. Recuperado de http://marceloexposito.net/pdf/exposito_desobediencia.pdf - Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2015. Marcelo Expósito aclara: “Este texto fue elaborado entre los años 2002 y 2003, y publicado en Jesús Carrillo y Juan Antonio Ramirez (eds.), Tendencias del arte. Arte de tendencias, Cátedra, Madrid, 2004; reeditado, entre otros lugares, en el sitio web Autonomía Social: http://usuarios.lycos.es/pete_baumann/marceloexpo.htm”.

⁶⁰ Wikirevolución es un término acuñado por Manuel Castells al referirse a la Revolución del Jazmin o Revolución tunecina (2010-2011) como una revolución basada en la libre comunicación.

mexicano, el movimiento Occupy Wall Street estadounidense. Todos y cada uno de ellos estuvieron hermanados. Fueron movimientos ciudadanos convocados en forma espontánea, unidos por redes de solidaridad internacional y por los usos de las redes digitales como modo de agitación.

Una grabación de baja calidad reproduce bajo el título “Poli nos echa de la puerta del sol acampadasol”⁶¹ los primeros atisbos organizativos del 15M.

En relación a este hecho Fidalgo Alday y Bula dirán: “De alguna manera se estaban entretejiendo una serie de estrategias que se utilizan y se siguen utilizando, y que sientan nuevas formas de tratamiento de la información (...)” (2013: 204).

Las nuevas herramientas digitales resultan un arma efectiva para las revueltas sociales. El gobierno egipcio así lo entendió y frente a su desconcierto sumió a su pueblo en una desconexión de internet y telefonía móvil.

Fidalgo Alday y Bula (2013: 217) sentencian sobre las redes sociales:

(...) se han convertido en vehículos para la expansión de las múltiples miradas del acontecimiento, cada uno desde su propia idiosincrasia (con 140 caracteres, compartiendo imágenes, vídeos y sonidos, intercambiando enlaces) pero dotando a los movimientos sociales de nuevas herramientas de narrar, de transmitir. Si estas plataformas han cambiado la forma de hacerlo, y están creando nuevas tipologías de contar lo político, es una meta difícil de vislumbrar con las limitaciones que impone la supuesta libertad de contenidos que plantea la red.

Nace, entonces, una nueva generación de comunicadores que pone patas arriba al periodismo entendido de manera jerárquica.

¿El fin del periodismo tradicional?

Nieto e Iglesias (1993) dedican un texto a conceptualizar la empresa informativa.

Según los autores, el periodismo comercial tiene objetivos muy claros: se dará dentro de un sistema capitalista, bajo la forma de empresa periodística donde una de sus finalidades será el lucro y cuyo resultado final será un producto. No existe para estos autores el periodismo sino en la forma de empresa.

En ese contexto entienden el poder como: “la situación de dominio intelectual, consecuencia de una actividad empresarial informativa, que otorga a su titular la capacidad de influir directamente en personas e instituciones” (1993: 88).

Para Nieto e Iglesias (1993: 9) la información es el “(...) elemento esencial para establecer la relación oferta-demanda, configura mercados y, en ocasiones, los constituye”.

⁶¹ En Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=5Vm48Eeb_Y – Última fecha de consulta: 15 de agosto de 2015.

La información es un producto, el productor es el empresario de la información y el destinatario de la información es el consumidor, sostendrán los autores.

Lucro y poder unido a la información que es considerada una mercancía.

“El problema es que esta transformación radical no tiene sistema económico” (MU N° 61; verano 2012-2013: 10), sentencia Ignacio Ramonet en relación a los cambios que se están sucediendo en el campo de la comunicación con el nacimiento de internet.

Y compara la situación actual de los medios: “Estamos ante una revolución que lo cambia todo” (MU N° 61; verano 2012-2013: 10).

El periodismo autogestivo llegó con la impronta de lo colectivo y trajeron la conclusión que si la concentración de información fue el principio para la acumulación de poder, entonces hacerla circular lo debilitaría.

Y anunciaron:

Si el circuito de la comunicación, tal como estaba planteado, es un elemento clave para la consagración de un poder vertical, autoritario y concentrado, una manera radical de confrontarlo es crear otro diseño, que contemple y sea capaz de albergar otra concepción de poder. Ese nuevo diseño es el que coloca en su centro al sujeto social y a su alrededor, como los rayos de un sol omnipresente, todas las herramientas de comunicación que es capaz de crear para compartir su mensaje. Estas herramientas se convierten así en opciones y no en condiciones de la comunicación. (lavaca, 2006: 40)

De esta manera, se diferencian del sistema de comunicación que instaló en la cima al capitalismo mediático: emisor – mensaje – receptor. Hay que tener en cuenta que en el año 1964 Marshall McLuhan publicó *Comprender los medios de comunicación* y sentenció con su ya conocido “el medio es el mensaje”⁶² (condensando y ampliando al mismo tiempo) los conceptos que daban forma al circuito de la comunicación que desde lavaca toman, pero rediseñan. Desde el colectivo afirman que es necesario volver a la formas artesanales de producción: “(...) tal que las distancias entre protagonista, productor y consumidor de las noticias son idénticas al ancho del abrazo humano” (lavaca, 2006: 40). Y decretan: “El medio es el medio. El mensaje es el mensaje” (lavaca, 2006: 41).

En esta nueva forma social de comunicación lo que queda en el centro es el sujeto social que se convierte en un medio de comunicación y que trae características diferentes a las construidas por un medio de comunicación tradicional. Lavaca sostiene:

⁶² Cuando McLuhan habla de medio se refiere al entorno: el espacio en el que los humanos interactuamos, desarrollamos y expresamos nuestras capacidades. Cuando se refiere al mensaje, lo hace en relación a todas aquellas expresiones (manifestaciones de la técnica y la tecnología), que ha usado el hombre a lo largo de la historia para modificar el espacio que habita. Lo que McLuhan presentía es que el hombre se estaba convirtiendo en los medios de comunicación que estaba creando.

Puede ser colectivo o individual, puede ser permanente o transitorio, puede ser emisor o receptor, puede ser local o global (y todas estas cosas al mismo tiempo); es decir que puede optar por constituirse como quiera y por el tiempo que quiera, porque la motivación que le da origen no es la construcción y sostén de un medio, sino de un mensaje. (lavaca, 2006: 40)

Los colectivos periodísticos surgieron con fuerza luego de la debacle económica de 2001. Y no sólo crearon nuevas formas de organización, sino que se erigieron como una fuente de trabajo en un marco de tensión ante una crisis de los medios comerciales.

Ya no es novedad que Clarín perdió lectores. Según Ignacio Manuel Sanguinetti, en su investigación sobre la industria de los diarios argentinos afirma que: “El diario Clarín, es uno de los diarios que muestra la menor recuperación de sus ventas, y mantiene una caída del 35% respecto a 1998” (2009: 209 y 210). Y el 4 de febrero de 2015, el portal puraciudad⁶³, anunció bajo el título “Desde 2010, el Clarín es el diario que más bajó sus ventas”:

En los últimos cinco años, el matutino porteño perdió uno de cada tres lectores; la tendencia a la baja, en cantidad de ejemplares vendidos, es marcadamente superior a la del resto de los diarios. Según lo determina el Instituto Verificador de Circulaciones (IVC), con datos que reproduce el sitio Diario sobre Diarios y compila la agencia APU, el expendio de los principales diarios, desde enero de 2010, mantiene una tendencia declinante. En promedio, la venta de diarios cayó desde ése fecha, y hasta octubre de 2014, un 20,47 por ciento. Sin embargo, el diario Clarín perdió 36,41 por ciento de sus lectores. En la otra punta, el diario La Nación mermó ventas por apenas un 3,03 por ciento. En un contexto de proliferación de medios de comunicación gráficos digitales y cambios culturales respecto de la lectura de noticias a través de la web, la caída del conservador matutino es insignificante. En tanto, el ritmo de caída del Clarín duplica a los restantes diarios. Los datos se toman hasta octubre de 2014, última fecha publicada por IVC. El rango de medición beneficia en cierta medida a Clarín, dado que enero es el mes de peor ventas para cualquier diario.⁶⁴

El panorama actual es claro. El derrumbe de una de las herramientas de intermediación social del siglo XX, no fue circunstancial a la crisis. Los lectores y las audiencias tienen un poder como nunca habían tenido. Es Ignacio Ramonet quien lo explica:

No hay emisores netos que tengan el monopolio de la información y receptores netos que tienen que resignarse con la función de receptores, sino que la revolución que vivimos es que cada receptor puede ser emisor. (...) Lo que quiero decir es que la información ya no es algo limitado y fijo. (MU N° 61; verano 2012-2013: 10)

⁶³ En página web: <http://www.puraciudad.com.ar/> - Última fecha de consulta: 15 de agosto de 2015

⁶⁴ Pura Ciudad (04/02/2015). “Desde 2010, el Clarín es el diario que más bajó sus ventas”. Recuperado de <http://www.puraciudad.com.ar/desde-2010-el-clarin-es-el-diario-que-mas-bajo-sus-ventas/> - Última fecha de consulta: 15 de agosto de 2015.

2-La autogestión. Otro periodismo.

Es importante señalar y resaltar que cuando hablamos de medio social de comunicación no hacemos referencia ni a lo alternativo ni a lo contrainformativo.

Sobre lo alternativo, la definición que da el diccionario María Moliner es la siguiente: “Se aplica a lo que se presenta como una opción que puede utilizarse o ponerse en práctica. (...) Particularmente si esta opción se opone a lo tradicional o establecido” (María Moliner, 2007: 153).

Si partimos de esta conceptualización, debemos entender que periodismo alternativo significa contraponerse a la comunicación comercial (entendiendo lo comercial como lo tradicional o establecido).

El término contrainformación, en cambio, no se encuentra en el diccionario⁶⁵. Pero la problemática ya fue planteada por el colectivo barcelonés de Radio Bronka:

No podemos seguir pensando en la contrainformación como lo hacíamos en los años setenta. No podemos centrar los esfuerzos de nuestros fancines, líbelos, radios –y mucho menos la utilización de Internet- con las premisas que se manejaban entonces. No son suficientes y en ocasiones se convierten hasta en un complemento necesario para la legitimación de las redes de información oficiales. (lavaca, 2006: 33)

Subrayamos entonces que el periodismo autogestionado se diferencia del llamado alternativo porque no se definen a partir de ser la alternativa a nada ni a nadie. Se distingue de lo contrainformativo porque no se crearon en contra de algo existente.

Ciancaglini lo especifica:

*(...) yo no soy alternativo. Es una palabra que surgió con respecto a la prensa “alternativa” que era el origen, los órganos de prensa de los partidos políticos de izquierda u opositores, con lo cual no es lo que me pasa a mí, si me quieren meter en esa definición no entro, no estoy en ningún partido político, me opongo a las cosas que yo quiero y no a las que me dicen que me tengo que oponer y me opongo incluso a los partidos políticos que quieren que yo me oponga... es otra cosa. Al hablar de medios sociales de comunicación me estoy refiriendo a medios que tienden a la autogestión, que intentan tener su propia voz y no ser el reflejo de una voz de un partido, que lo veo muy bien, pero si esa es la prensa alternativa entonces nosotros somos otra cosa (...)*⁶⁶

Dan forma a un nuevo modelo y buscan organizarlo de acuerdo a sus deseos. Sus posibilidades se agrandan porque se encuentran con el hacer, en tanto y en cuanto, trabajan formas artesanales de creación y de apropiación (lavaca, 2006).

Y cada uno reduce su mirada a su experiencia.

⁶⁵ No se encuentra definición de “contrainformación” ni en el diccionario *María Moliner* ni en el diccionario de la *Real Academia Española (RAE)*.

⁶⁶ Elli, Ignacio (Último Round, 08/10/2014). “Hoy la libertad de expresión no es la de los medios sino la nuestra. Recuperado de <http://revistaultimoround.com.ar/sergio-ciancaglini-hoy-la-libertad-de-expresion-no-es-la-de-los-medios-sino-la-nuestra/> - Última fecha de consulta: 15 de septiembre de 2015.

Por lo tanto, nuestra tarea apunta a reconstruir el camino andado por estos colectivos y a descubrir los desplazamientos en materia de conceptos, pero sobre todo a partir de la potencia internalizada en su subjetividad de la pulsión emancipatoria que traen en su lucha.

Una nueva subjetividad.

Estamos en presencia de nuevos medios, distintos entre sí, unidos por lo autogestivo, pero que no borran ni niegan las diversidades. Exponen lo disímil y lo refuerzan. Ahí está su potencia. Tejer lazos y mostrar las múltiples experiencias creadas desde lo necesario y desde las vísceras.

Aparece de este modo, un nuevo sujeto social que se gesta mediante formas artesanales de creación, de experimentación y de apropiación.

Estamos hablando de un nuevo sujeto social que está atravesado por nuevas formas de expresividad, de colectividad, de trabajo en conjunto, que conviven con nuevas formas de resistencia y de desobediencia.

Marcelo Expósito⁶⁷ señala que hay un aprendizaje del trabajo cooperativo que va en un contrasentido con los conceptos de competitividad y rentabilidad que desde los sectores hegemónicos desean imponer. Este aprendizaje dirá, interpela al cuerpo social y contribuye a la constitución de espacios de socialización alternativos.

Podemos traer a John Holloway (2007) y compartir su idea de que el movimiento del hacer es necesariamente polifónico. Y que va contra el trabajo abstracto⁶⁸ que funciona como la síntesis de la sociedad capitalista. Dirá Holloway:

*(...) La lucha del hacer contra el trabajo abstracto es una lucha contra esta necesidad de sintetizar. No es la lucha por una nueva síntesis. No es la lucha por una nueva totalidad. Entonces, el movimiento del hacer es necesariamente el movimiento de la multiplicidad de haceres. De una gran variedad de haceres. Por eso la importancia de las asambleas, de la horizontalidad, porque se lucha, de esta manera por el reconocimiento de nuestras subjetividades (...)*⁶⁹

⁶⁷ Expósito, Marcelo (2009). "Desobediencia: la hipótesis imaginativa". Recuperado de http://marceloexposito.net/pdf/exposito_desobediencia.pdf - Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2015.

⁶⁸ Respecto al concepto de trabajo abstracto, Holloway dice: "(...) la distinción entre trabajo útil (o concreto) y trabajo abstracto es el tema central de *El Capital* no sólo porque pone en evidencia la naturaleza dual y antagónica del trabajo sino porque otorga doble carácter a la mercancía: como valor de uso y como valor de cambio. Pero además plantea que es el centro de las luchas ¿Qué es el trabajo abstracto? El ejemplo es el trabajo asalariado que produce valor y capital. lavaca (13/11/2007). "Cuando 'el trabajo' es enemigo del 'hacer'". Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/cuando-el-trabajo-es-enemigo-del-hacer/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

⁶⁹ lavaca (13/11/2007). "Cuando 'el trabajo' es enemigo del 'hacer'". Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/cuando-el-trabajo-es-enemigo-del-hacer/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Nos aventurarnos a señalar que de la mano de este nuevo sujeto social se va creando una nueva subjetividad.

Cuando hablamos de subjetividad, lo hacemos en los términos que Ana María Fernández (2006) utiliza en sus investigaciones en torno a las fábricas recuperadas:

Con la noción de producción de subjetividad aludimos a una subjetividad que no es sinónimo de sujeto psíquico, que no es meramente mental o discursiva sino que engloba las acciones y las prácticas, los cuerpos y sus intensidades; que se produce en el entre con otros y que es, por tanto, un nudo de múltiples inscripciones deseantes, históricas, políticas, económicas, simbólicas, psíquicas, sexuales, etc. Con el término producción aludimos a considerar lo subjetivo básicamente como proceso, como devenir en permanente transformación y no como algo ya dado. (...) No se trata de un sujeto interior y un social histórico exterior a los que habría que tratar de poner en relación. Se trata de pensar la dimensión subjetiva que se produce en acto y que construye sus potencias en su propio accionar. (2006: 9)

Es decir, que lo que se pone en juego es esa urdimbre, esa construcción de carácter relacional, al que Juan Pablo Hudson adscribirá en su tesis y del cual dirá que es una “(...) instancia procesual, abierta, en permanente devenir de acuerdo a las dinámicas de afectación entre los cuerpos (individuales y colectivos) y los procesos de experimentación abiertos por los trabajadores” (Hudson, 2009: 94).

Juan Pablo explica luego esta afirmación. Sostiene y esclarece. Señala que devenir no es evolución ni imitación ni identificación. Es:

(...) ese conjunto de relaciones, hechas de movimientos y de reposo, de velocidades y lentitudes, bajo las cuales las infinidades de partes que lo componen se configuran en un momento dado. El devenir, entonces, son aquellos movimientos y pasajes de ciertos estados a otros que experimentan los sujetos (individuos y colectivos) a partir de los vínculos que van tramando con otros sujetos y máquinas sociales a lo largo de su existencia. (2009: 94)

Nidia Abatedaga retoma a Ana María Fernández y dice que la subjetividad es producto de relaciones sociales enmarcadas dentro un contexto histórico-social en el que los individuos interactúan y reinterpretan el espacio social donde habitan y trabajan (Abatedaga, 2012).

Es decir que dichos autores no están hablando de un proceso intra psíquico. Entienden que la subjetividad es socialmente construida y esa construcción toma especial énfasis en la interacción discursiva.

Estamos en presencia de una subjetividad colectiva, constituida mediante el diálogo en las relaciones laborales, que conlleva el debate de diferentes puntos de vista y la puesta en juego del conflicto. Lo que permite, es que los sujetos produzcan una

identificación con la conformación de no sólo ser trabajadores, sino también socios y cooperativos.

Marcelo Nieto, periodista de El Diario de la Región -recuperado por sus trabajadores y devenido en cooperativa-, cuenta en una entrevista realizada por la revista MU (N° 42: 14): "(...) A nosotros nos resultó muy difícil, primero por la conciencia moral que te exige el cooperativismo. Así apareció el principal recurso que tenemos: la ética. Tenemos que ser coherentes con la filosofía cooperativista: somos socios y somos compañeros, entonces somos solidarios".

Podemos decir que otra es la subjetividad que se gesta cuando estos trabajadores toman contacto entre ellos y lo que ponen en juego es la democracia directa. La propiedad de los medios de producción está en manos del trabajador y toda decisión se toma por asamblea.

Tal fue el impacto de lo que sucedió en diciembre de 2001 que Nidia Abatedaga afirma que los trabajadores cambiaron la mentalidad y sostiene:

La valoración contextual contempló tres aspectos interligados: las necesidades materiales de subsistencia de los trabajadores; el valor mercantil y periodístico del producto y una perspectiva futura negativa del contexto local y nacional. Las interacciones discursivas mantenidas en asambleas permitieron a los trabajadores elaborar colectivamente el brusco cambio en la posición laboral y la modificación ideológica diferenciada y diferida del sentido de pertenencia. (2012: 53)

Lo que trae este nuevo tipo de subjetividad es una potencia que el capitalismo global destruyó a fuerza de poner en marcha un conjunto de mecanismos, que a partir de ellos, redujo las fuerzas de trabajo a meras relaciones de producción (MU N° 48, 2011).

Nidia Abatedaga argumenta que las crisis percibidas por los trabajadores en los años en los cuales la política neoliberal lideraba la economía argentina, hicieron que discursivamente visualizaran los conflictos y comiencen a estrechar vínculos con los sindicatos. Fortalecieron sus conocimientos y en palabras de la autora:

(...) se configuró un entretejido de factores ideológicos que objetivamente crearon las condiciones de posibilidad de la apropiación, conjugado en una mística de la recuperación, articulación ideológica sostenida en el interjuego de relaciones internas y de visibilizaciones públicas de los acontecimientos en el contexto objetivo inmediato. (Abatedaga, 2012: 53)

Desde nuestro punto de vista, aquí radica la potencia y la audacia. Incluye errores, aprendizajes, puntos de vistas, modificaciones, dudas y atrevimientos. Todos estos movimientos, siempre llenos de historia. Y siempre en una puesta en relación que no

cierra procesos, sino que deja la puerta abierta a otras construcciones que implica y atraviesa a los sujetos involucrados.

¿Cuáles son los movimientos que influyen en los trabajadores para que aparezca una nueva percepción?

Las conclusiones de la investigación que realizó Nidia Abatedaga (2012) sobre tres empresas mediáticas recuperadas, indican que se construyeron estrategias colectivas entre los trabajadores mediante la interacción discursiva que lograron la cohesión del grupo, lo que permitió encontrar el sentido de pertenencia que llevó a crear las condiciones para que busquen, y encuentren, soluciones para apropiarse de la empresa. Dirá la autora, que la crisis de 2001 brindó oportunidades para la aparición de nuevas subjetividades activas y diferentes entre los trabajadores de empresas quebradas. Fue en el clima laboral de caos que surgieron las estrategias comunicativas que llevó a los trabajadores a mantener sus puestos laborales pero ahora bajo una gestión colectiva. Insiste en la centralidad de la interacción comunicativa para iluminar la transformación a una subjetividad colectiva que se diferenció a la del trabajar asalariado (Abatedaga, 2012).

De todos modos, Abatedaga reconoce que las nuevas características son “terrenos disputados por otras subjetividades hegemónicas” (2012: 56), pero sin embargo el potencial de la interacción comunicativa se instaló en los trabajadores provocando una nueva subjetiva colectiva laboral.

Marcelo Expósito señala que cuando el trabajo cooperativo es verdadero, encarna en sí la expresión de potencia. Habla de nuevas gramáticas en la forma de hacer política y afirma que son el síntoma de lo que él llamará “emergencia de nuevas subjetividades políticas”. Dirá: “(...) la desobediencia es hoy una herramienta clave para su autoconstitución”⁷⁰.

Organizarse en asamblea para discutir los pasos a seguir, estar dispuestos a hacer frente a los conflictos y a los problemas, trabajar en red y crear un camino sin moldes, permite dejar atrás la idea de espectador pasivo de lo que hace otro.

Una nueva mirada se expande a los medios de comunicación autogestivos. Esta nueva subjetividad no queda anclada sólo en los trabajadores de las fábricas recuperadas sino que se expande hacia los trabajadores de los nuevos medios autogestionados que entendieron que la autogestión es una posibilidad de cambio frente a la noción de participación.

Creemos al igual que Marcelo Expósito que:

⁷⁰ Expósito, Marcelo (2009). “Desobediencia: la hipótesis imaginativa”. Recuperado de http://marceloexposito.net/pdf/exposito_desobediencia.pdf - Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2015.

(...) nuevos sujetos sociales imaginan, elaboran y difunden nuevas herramientas cognitivas, de subversión, de comunicación, específicas de las nuevas condiciones históricas. Trabajan diversos tipos de desobediencias que sirven también a la emergencia de nuevos sujetos políticos. De lo que no cabe duda es de que si históricamente fue necesario subvertir la relación trabajo-capital desde el interior de la producción u organizar la desafección al trabajo, hoy día es imperativo buscar la forma de descolonizar, creativamente, la totalidad del mundo de vida. Desobediencia significa así, a través del conflicto, construir nuevas imágenes identificadorias de nuestra felicidad.⁷¹

⁷¹ Expósito, Marcelo (2009). "Desobediencia: la hipótesis imaginativa". Recuperado de http://marceloexposito.net/pdf/exposito_desobediencia.pdf - Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2015.

VI-ESTUDIO DE UN CASO: LA COOPERATIVA LAVACA.

1-Nacimiento de lavaca.

El colectivo lavaca tiene varios nacimientos. Se creó en abril de 2002. Comenzó como una página web, pero el punto de partida, que ellos eligen llamar “parto”⁷² se produjo el 19 y 20 de diciembre de 2001. Desde su página web⁷³, añaden: “Allí nació nuestra primera nota, que distribuimos por mail entre nuestros contactos y con el lema “anticopyright”. Su primera producción pública reunió la historia de cada uno de los chicos asesinados en aquellas jornadas⁷⁴ y su intención fue transformar el número en biografía⁷⁵.

Cinco periodistas fueron los fundadores: Claudia Acuña, Sergio Ciancaglini, Judith Gociol, Diego Rosemberg y Diego Gassi. Salomón Gociol integró la lista de los socios, pero lo hizo a modo de contador (para llegar al número mínimo de personas establecidos para la conformación de una cooperativa de trabajo). Acuña, Ciancaglini y Gassi siguen en la cooperativa; Salomón Gociol y Judith Gociol, en primer lugar y Rosemberg después, se retiraron.

Claudia Acuña fue directora de la revista Tres Puntos y prosecretaria de los diarios Página/12 y La Razón. También trabajó en Clarín. En aquel medio fue editora general de la revista dominical Viva y de allí se fue. Sergio Ciancaglini comenzó su oficio de periodista en La Razón convocado por Jacobo Timerman, siguió en Página/12 como editor dominical, pasó por Clarín y luego se fue a Tres Puntos. Y renunció⁷⁶.

Ambos, con sus trabajos fueron galardonados en esos años, con el premio Rey de España⁷⁷ y ambos huyeron de los grandes medios para conformar el medio lavaca.

Claudia Acuña en una nota concedida a Amador Fernández-Savater para el medio Rebelión⁷⁸ dicta lo que parece ser una declaración de principios:

⁷² lavaca (s.f). “Qué es la vaca”. Recuperado de: <http://www.lavaca.org/que-es-lavaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁷³ Recuperado de <http://www.lavaca.org> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015

⁷⁴ lavaca (04/09/2011). “Los muertos del 19/20 de diciembre de 2001”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/recuadros/los-muertos-del-1920-de-diciembre-de-2001/> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

⁷⁵ Fue la primera crónica de lavaca y no se publicó en la web, porque no existía el sitio. Hoy forma parte del libro *Grandes Crónicas Periodísticas* de la editorial ComunicArte junto a trabajos de José Martí, John Reed, Edmundo de Amicis, Edgar Snow, Seymour Hersh, John Hersey, Vasili Grossman, William Russell y Elena Poniatowska, entre otros). lavaca (20/12/2010). “La primera crónica de lavaca”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/la-primera-nota-de-lavaca/> - Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

⁷⁶ Polleri, Federico (Ajo, 08/2014). ““El periodismo convencional es una burocracia gigantesca””. Recuperado de <http://www.revistaajo.com.ar/notas/580-el-periodismo-convencional-es-una-burocracia-gigantesca-slide.html> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

⁷⁷ Sergio Ciancaglini ganó el Premio Rey de España en dos oportunidades; Claudia Acuña, una vez.

⁷⁸ Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). ““Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida””. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

Si aseguramos que está en crisis el sistema de representación –como es evidente en una Argentina en donde un Presidente asume con el 14 por ciento de los votos mientras la gente en la calle grita “que se vayan todos”- el periodismo, tal como estaba planteado hasta fines de los 90, se terminó. (...) El problema es que agachamos la cabeza en una época hostil para ser conservador. La tecnología revolucionó los canales, las audiencias se cansaron de escuchar estupideces y comenzaron a aprovechar el viento a favor para convertirse en productores de mensajes cada vez más creativos. Los periodistas pasamos a ser los que se quedan sentados criticando mientras otros se divierten. La comunicación es una fiesta callejera y un velorio en las redacciones. Hecha la autopsia, a quienes ya no sabemos hacer otra cosa útil, nos queda reflexionar. ¿Qué podemos hacer ahora? Estamos en una época fantástica, plena de novedades, de partos, de invenciones. Eso, de ninguna manera, puede ser malo para nosotros si nos colocamos en el lugar correcto. Elegimos, entonces, salir del medio.

Diego Gassi fue productor periodístico de los canales 13, 9 y el antiguo ATC. En el año 2000 se retiró de los medios audiovisuales.

Judith Gociol fue la primera integrante en dejar lavaca. Actualmente es periodista, investigadora, editora y curadora, especializada en temas culturales.

Diego Rosemberg se alejó de lavaca a principio del año 2008. Es periodista, editor y docente.

Juntos crearon el colectivo lavaca, hicieron un primer plano de la crisis de 2001 y pusieron en jaque a los medios comerciales.

Acuña señala en la entrevista que le realizó Fernández Savater⁷⁹ que la idea comenzó en el comedor de su casa y bajo un lema robado de una frase de John Zerzán: “Hacé algo o cállate”.

Según Acta N°1 correspondiente al 30 de mayo de 2003 y de acuerdo a lo establecido para casos excepcionales, como lo menciona la Resolución 324/94⁸⁰, la Cooperativa de Trabajo lavaca Ltda. quedó constituida por seis socios:

Claudia Acuña, Judith Gociol, Diego Rosemberg, Sergio Ciancaglini, Diego Gassi y Salomón Gociol (Contador).

La inscripción como Cooperativa Limitada por parte de lavaca se concretó finalmente ante el INAES el 4 de septiembre de 2003, luego de un año y medio (aproximadamente) de haberse gestado como colectivo.

No hay lucha sin palabras.

Hubo una consigna al comenzar: no escribir columnas de opinión. Sólo redactarían crónicas o harían reportajes⁸¹. Sólo registrarían lo que estaba pasando. Los gestores

⁷⁹ Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). “Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida”. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

⁸⁰ INAES - Res. N°324/94 INAC. Recuperado de <http://www.inaes.gob.ar/wp-content/uploads/2014/11/Res.-N%C2%BA324-94-INAC.pdf> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

de lavaca (2006: 32) afirman: "Hace falta decirlo claramente, porque no siempre es evidente: a mayor cercanía a un artefacto ideológico tradicional, mayor es la cantidad de opinión".

Desde su creación, la cooperativa generó herramientas para potenciar la autonomía en el hacer. La cooperativa entiende por autonomía: "La autogestión de los proyectos de vida personales y colectivos. El libre flujo de nuevas formas de pensamiento y acción. El ejercicio de la libertad, entendido como forma de poder social"⁸².

El poder no lo entienden como un lugar, sino como una capacidad (lavaca, 2004).

Y la capacidad puede estar al servicio del hacer, pero también puede ser utilizada para ocultar. Desde lavaca (2006: 7) cuestionan a los conglomerados mediáticos, y señalan:

(...) los medios comerciales de comunicación ya no viven de los relatos que publican, sino de aquello que ocultan. Su influencia está directamente relacionada con su capacidad de invisibilizar información que sólo comercia entre exclusivos y excluyentes públicos. (...) De eso se trata lo que llamamos capitalismo mediático: la construcción de poder basada en controlar, restringir y clasificar los flujos de la información.

En sus primeros pasos como colectivo, trabajaron con el MTD de Solano. Decidieron repetir la experiencia con los trabajadores de las fábricas recuperadas. Allí surgió la idea de publicar un libro y a modo de guía visibilizar las experiencias. Nace *Sin Patrón* y el prólogo que está dedicado al logro de recuperar el lugar de trabajo conceptualiza sin nombre explícitamente, la adicción que tiene el colectivo al periodismo que implica tejer redes sociales.

Lavaca escribe bajo el título "Trabajadores de otra clase" (2004: 11):

Nombrar es conocer. Recuperar esta vieja máxima no se limita a repasar en voz alta los nombres, sino también los conceptos, ópticas e historias que tejen una realidad compleja y diversa. Se trata de no simplificarla. Se trata de no señalar con el dedo lo que está bien o lo que está mal. Ni siquiera distinguir lo verdadero de lo efímero. Se trata de nombrarlo todo, incluso lo aparentemente inútil. Porque ése es el único poder de la información: convertir los hechos en palabras. Ésta es la historia de un cambio (...)

El 30 de diciembre de 2004, se produjo un incendio en el local República Cromañón en el barrio de Once. Murieron 194 personas, a raíz del humo tóxico que se desparramó en el lugar como consecuencia de las llamas con el contacto con la media sombra colgada en el techo. Lavaca decidió no sólo participar en las asambleas, acompañar en las marchas para pedir justicia por esos 194 muertos y por los sobrevivientes, sino

⁸¹ Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). "Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida". Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

⁸² lavaca (s.f). "Qué es la vaca". Recuperado de: <http://www.lavaca.org/que-es-lavaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

también exigir juicio y castigo contra los responsables de esa masacre. A la semana de lo sucedido, surgió la idea del libro que se llamó *Generación Cromañón. Lecciones de resistencia, solidaridad y rocanrol* (lavaca, 2005). Lo disparó una frase: “Lo que nos pasó es lo que somos” (lavaca, 2005: 4).

Bajo la pregunta “Por qué” (lavaca, 2005: 5), responden: “Este libro comenzó como un remedio contra la impotencia. Enfrentados -una vez más- a una madre narrando el asesinato de su hijo no supimos encontrar otro consuelo que el de proponernos hacer lo único que sabemos hacer: escuchar” (lavaca, 2005: 5).

Desde 2005 son los responsables de la Cátedra Autónoma de Comunicación Social. Se trata de un Diplomado anual que se dicta una vez por mes. Se divide en tres secciones: Gestión Autónoma de Medios de Comunicación, Clínica de Estilo Periodístico y Nuevos Paradigmas de Pensamiento.

Lo consideran un espacio de formación y reflexión en el cual se puede pensar cómo dar forma a los nuevos proyectos⁸³.

En el año 2006, editaron *El fin del periodismo y otras buenas noticias* (lavaca, 2006). Lo publicaron luego de recabar minuciosamente experiencias de medios sociales de comunicación. Lo que lograron fue crear un mapa con 170 proyectos y componer una red en lo que se privilegia la diversidad y todo tipo de miradas. Plantean que el capitalismo está en crisis y dicen que la comunicación humana debe recuperar su sentido: “establecer relaciones” (lavaca, 2006).

En el verano de 2006-2007 lavaca publicó el número 1 de su periódico al que llamó MU. Eligieron ese nombre por dos razones. La primera y más obvia, es porque así se conoce a la onomatopeya con que se imita el mugido de la vaca. La segunda, no tan obvia, es que Mú⁸⁴ se llamó el supuesto continente perdido, que retoma el historietista, dibujante y guionista Hugo Pratt para el final de su historia cuyo protagonista fue el Corto Maltés (MU N° 1, verano 2006-2007).

Pratt recogió la versión que sobre Mú tuvo el inglés James Churchward. El coronel retirado, estimaba que Mú había estado situado entre la Isla de Pascua, las islas Carolinas, Hawaii y las islas Cook. Es decir, según Churchward, las coordenadas precisas estaban entre América y Asia. Se trató de un paraíso tropical que estuvo poblado de 64 millones de personas felices.

La presentación de MU N°1 declara en su portada:

Había una vez un continente en el Sur del Océano Pacífico. Sus habitantes eran parecidos a los humanos modernos, pero vivían en un paraíso real, edificado sobre tres principios: cooperar, compartir y crear. Así lograron vivir libres e iguales,

⁸³ Recuperado de <http://catedraautonoma.org.ar/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁸⁴ Continente Mú, así es como Hugo Pratt menciona al supuesto continente perdido.

sin crímenes ni guerras. Aún no sabemos si la existencia de estas tierras sin mal es un mito o una utopía. Sólo que hay signos idénticos en diferentes culturas que refieren a un mismo origen: ese continente perdido, al que los antiguos llamaron MU, la patria del mundo.

El periódico MU tiene actualmente una tirada de 10 mil ejemplares y se imprime en un taller que es a la vez, una fábrica recuperada: Cooperativa de Trabajo Gráfica Patricios.

En el periódico MU, las notas no se firman. Sergio Ciancaglini explica el por qué en una entrevista:

*El proyecto es colectivo, de hecho decidimos mantener la posición de que no se firman prácticamente las notas, de un modo de que existe la voz de la cooperativa que es la que expresa eso (...) la idea es que fuimos al viejo periodismo, a que no haya firmas, para evitar también esa cuestión tan enferma de la figuración del periodista hasta con fotos en columnas patéticas y ridículas que aparecen como si fueran filósofos por lo menos y son empleados de empresas convencionales (...)*⁸⁵

Están contra el vedetismo. Es decir, ellos privilegian la información al nombre (y la foto) de quién la escribe. La cooperativa se hace cargo de cada línea escrita porque entienden lo colectivo entonces como dinámica de producción (y de responsabilidad).

Las notas las firman los colaboradores ajenos a la cooperativa. Algunos ejemplos son: Darío Aranda⁸⁶, Raúl Zibechi⁸⁷ y María Galindo⁸⁸, especialista y expertos en las temáticas tratadas.

Comenzaron a trabajar con las presas políticas y allí se unieron a la lucha de mujeres en estado de prostitución en su pelea por salir de la calle. En ese contexto editaron el libro *Ninguna mujer nace para puta* (Galindo, Sánchez, 2007). Se trató de un diálogo mantenido entre la boliviana María Galindo, feminista gestora del colectivo radicado en La Paz “Mujeres Creando”⁸⁹, y la argentina Sonia Sánchez, que fue explotada sexualmente.

Allí, en boca de dos mujeres provenientes de países diferentes, pero unidas por la misma urgencia: “la soledad política”⁹⁰, publicaron algo más que un libro. Sus editores lo nombraron claramente: fue un proyecto político (Galindo, Sánchez, 2007) que desde prólogo establece:

⁸⁵ Elli, Ignacio (Último Round, 08/10/2014). “Hoy la libertad de expresión no es la de los medios sino la nuestra. Recuperado de <http://revistaultimoround.com.ar/sergio-ciancaglini-hoy-la-libertad-de-expresion-no-es-la-de-los-medios-sino-la-nuestra/> - Última fecha de consulta: 15 de septiembre de 2015.

⁸⁶ Periodista “Especializado en extractivismo (petróleo, minería, agronegocios y forestales), escribe sobre el acontecer de los pueblos indígenas, organizaciones campesinas y asambleas socioambientales”. Recuperado de <http://www.darioaranda.com.ar/sobre-el-autor/> - Última fecha de consulta: 15 de septiembre de 2015.

⁸⁷ Periodista especializado en Movimientos Sociales en América Latina.

⁸⁸ Feminista boliviana, fundadora de Mujeres Creando.

⁸⁹ En página web: <http://www.mujerescreando.org/> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

⁹⁰ La frase “la soledad política”, corresponde al prólogo del libro *Ninguna mujer nace para puta* (Galindo, Sánchez, 2007: 7).

Putas no es una palabra. Es un límite, un techo, un cepo construido y sostenido socialmente entre todos y todas, para dejar a salvo lo que debe estar del otro lado de esa frontera, intocable. Puta, nos dijo María⁹¹, es una palabra biográfica que moldea la identidad –no meramente sexual, sino política o mejor dicho, también política- a gusto del escultor: así será, esto dirá, deberá comportarse de este modo. De cualquier otra manera se es irremediablemente puta. Entendimos, entonces, la herramienta oculta es el mensaje de María. Seamos putas. (Galindo, Sánchez, 2007: 9)

En relación a dichas experiencias Acuña comenta: "(...) elegimos dónde colocarnos. Y fue atrás. Corremos detrás de los que están creando un futuro que nos resulta siempre más interesante del que nosotros hubiésemos sido capaz de imaginar. Y desde la trinchera de la retaguardia, hacemos lo que podemos"⁹².

Los periodistas del colectivo no corren para ser los primeros en obtener la primicia. Los criterios de noticia que trabajan difieren de los establecidos por lo teóricos del periodismo tradicional.

Según Miguel Rodrigo Alsina (1989), los factores que determinan la selección de las noticias son: la frecuencia, el umbral de intensidad, la ausencia de ambigüedad, la significatividad, la consonancia, la imprevisibilidad, la continuidad, la composición, los valores socioculturales. Y adicionará: la agregación, la complementariedad y la exclusión, a partir de la acción conjunta de los primeros factores enumerados.

En cambio, los gestores de lavaca entienden que para hacer periodismo hay que poner el cuerpo. Y eligen abordar procesos y no hechos aislados. Si hay una característica que los define es su continuidad en relación a las experiencias que convierten en noticias.

Los periodistas de la cooperativa elaboraron su propio criterio para elegir qué experiencia acompañar. Claudia Acuña lo detalla en la siguiente respuesta:

En parte tomamos la decisión teniendo en cuenta qué temas garantizamos dar continuidad. Pero también es importante qué temas no van a ser abordados por los demás. Y esto incluye a los propios medios que se denominan a sí mismos alternativos. Un ejemplo es el de las fábricas recuperadas. Al día de hoy, salvo cuando se produce un hecho violento –como un desalojo-, no fue un tema de seguimiento por parte de ningún medio. Hay mucho del ideario de la izquierda tradicional que conspiró en contra de este movimiento. Al no saber cómo clasificarlo y al no poder controlarlo, lo dejó a un lado. A nosotros nos interesó, sobre todo, el cambio subjetivo que podía producir en un obrero tradicional controlar los medios de producción. ¡Nada menos! Y registrar esos cambios implicaba un trabajo sostenido y continuo en el tiempo. El tema de los presos políticos es otra decisión que implicó, cuanto menos, seguirlo hasta que se obtuviera la libertad. Y esto nos está llevando ya un largo año. Por supuesto que

⁹¹ Se refiere a María Galindo.

⁹² Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). "Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida". Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

cuando comenzamos no sabíamos cuánto iban a estar detenidos, pero teníamos la intuición -por no decir la convicción- de que no iba a ser por poco tiempo.⁹³

Es decir, que para lavaca un hecho puntual no es noticia si no es acompañado por un proceso del cual puedan aprender. Prefieren convivir con los involucrados en la noticia y no les interesa competir con otro medio por la primicia.

En abril de 2008 inauguraron el bar Mu. Punto de encuentro⁹⁴ con la participación de Naomi Klein, autora del best seller *No logo* y más tarde de *La doctrina del shock*, entre otros libros. El bar, además de cafetería, funciona como venta de alimentos producidos por cooperativas y emprendimientos sociales. También hay una librería de ediciones independientes y una feria. Es un lugar que hace conexión entre los productores y las manos de quien accede al producto.

Naomi Klein dijo el día que se presentó en Mu. Punto de encuentro:

No estoy para dar una gran conferencia hoy aquí. Esta es una fiesta, una celebración. Una celebración de este espacio, y todo lo que representa. Porque el espíritu de resistencia, y de construir una alternativa sería al shock y a la crisis, es lo que encontramos en este lugar, en la comida que estamos comiendo, en los productos de las fábricas recuperadas, en los medios que están cubriendo esto. Cuando nos cuestionan como simples opositores al neoliberalismo, como meros críticos, nos preguntan: ¿y a favor de qué están? Aquí está la respuesta: estamos a favor de cosas como lo que hoy vemos aquí.⁹⁵

En abril de 2009 pusieron online una radio y la llamaron “Decí MU”⁹⁶. Una temática única es que la atraviesa al programa que cuenta con columnas de poesía, música y humor. El programa se puede escuchar por la página de lavaca⁹⁷ y por la web de FARCO, que es el Foro Argentino de Radios Comunitarias⁹⁸. El programa se emite también por 190 radios comunitarias en todo el país.

Luego bajo la misma metodología online, crearon tres micros: “El hombre de lavaca” dirigido por Hugo López, mítico protagonista de la radio del Hospital Neuropsiquiátrico José T. Borda, “La Colifata”. Su principal preocupación es hablar sobre la nueva Ley de Salud Mental⁹⁹. Luego cubrieron los juicios a genocidas llevados adelante en todo el

⁹³ Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). “Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida”. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

⁹⁴ El bar “Mu. Punto de encuentro” se encuentra ubicado en Hipólito Yrigoyen 1440, barrio de Congreso, CABA.

⁹⁵ lavaca (28/04/2008). “Naomi Klein en Mu. Punto de Encuentro”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/naomi-klein-en-mu-punto-de-encuentro/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁹⁶ Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/deci-mu/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁹⁷ Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/deci-mu/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁹⁸ En página web: <http://www.farco.org.ar/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

⁹⁹ Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/el-hombre-de-la-vaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

país. Tuvo como nombre “El noticiero de los juicios” y a modo de presentación, señalan:

*Este noticiero, que tiene como propósito principal alentar la participación y el acompañamiento de este histórico proceso penal, está a cargo de **Graciela Daleo**¹⁰⁰ –militante social, ex detenida desaparecida en la ESMA-, encargada del guión y la locución, y coordinado por **Julieta Colomer**, hija de Enrique Colomer, desaparecido en Mar del Plata en 1977, y activa participante de la Mesa de Escrache Popular. La edición es de **Mariano Randazzo** y la producción general de la cooperativa **lavaca**.¹⁰¹*

Y por último apareció “Crianzas”, un micro de tres minutos en los que pone la voz Susy Shock en el cual propone romper con la distancia entre niños y adultos¹⁰².

Su último impulso periodístico fue lavacaTV, versa sobre informe de una misma temática y dura aproximadamente seis minutos¹⁰³.

Quiebre.

El 7 de noviembre de 2008 hubo un quiebre en la cooperativa. Cinco integrantes del colectivo renunciaron por maltratos y malos modos por parte de Claudia Acuña. Enviaron una Carta Abierta¹⁰⁴ a sus conocidos denunciando los hechos y allí explicaron por qué dejaban de pertenecer a lavaca. Entre los motivos, surgió estar mal pagos. También mencionaron el hecho de que llegarían con la Carta hasta donde fuese necesario.

Juan Pablo Hudson, menciona en su tesis (2009) que según su análisis los conflictos internos se producen en la etapa de mayor producción.

Coincide con el proceso que lavaca estaba llevando adelante con su proyecto. En su haber tenía: el sitio web, la Cátedra de Comunicación Social, el periódico MU, seguía su rol de editora de libros y ahora había abierto el bar.

La denuncia en sí no fue contra lavaca, sino fue particular contra Claudia Acuña, la editora de MU y la fundadora del colectivo junto a Sergio Ciancaglini. A esa altura, Diego Rosemberg, ya se había retirado en abril de ese año, en buenos términos.

Lavaca tiene una estructura horizontal, es decir no hay un patrón ni un jefe, sino lo que existen son figuras que se erigen a partir del saber/hacer.

¹⁰⁰ Negritas, N. del A.

¹⁰¹ Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/el-noticiero-de-los-juicios/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹⁰² Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/crianzas/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹⁰³ Recuperado de <http://www.lavaca.org/category/lavacatv/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹⁰⁴ Recuperado de <http://argentina.indymedia.org/news/2008/11/636894.php> - Última fecha de consulta: 13 de septiembre de 2015.

Tanto Claudia Acuña como Sergio Ciancaclini desarrollaron un camino dentro del periodismo. A la hora de hacer un periódico, o de editar un libro, o de escribir una nota, saben realizar el oficio. Ese aprendizaje los posiciona en el lugar del guía del medio. Y como referente dentro de la cooperativa.

Después de seis años de vida de la cooperativa, apareció un quiebre. No como tensión a puertas cerradas. No implosionó. Sino que explotó. De manera que los denunciantes hicieron público los hechos enviando la Carta Abierta a sus contactos.

Lo que no hubo fue posibilidad de hablar sobre la crisis, de trabajar sobre las falencias ni sobre las discusiones que pudieron llevar a que los denunciantes renuncien por malos tratos.

El camino de todo colectivo, no es un camino lineal. Coincidimos con Juan Pablo Hudson y su postura sobre las empresas recuperadas acerca de que: "(...) los movimientos inaugurados no son estáticos: expresan procesos en permanente construcción, que necesariamente incluye disputas, discusiones y reconfiguraciones" (Hudson, 2009).

Hudson (2009) retoma a Virno y habla de la ambivalencia dentro de los procesos de las empresas recuperadas por sus trabajadores. Desde nuestro punto, se puede aplicar dicho concepto sobre la cooperativa lavaca en tanto y en cuanto: "(...) dentro de una misma experiencia pueden convivir procesos y decisiones sumamente innovadoras, creativas, democráticas, tendientes a fomentar dinámicas autónomas de gestión entre los trabajadores, junto con comportamientos agresivos, individualistas, que pueden provocar disgregación y fuertes enfrentamientos (...)".

Ser medio.

Comenzaron con una página web, a modo de agencia de noticias de libre circulación y reproducción. Formaron la Cátedra Autónoma de Comunicación Social como manera de impulsar y apoyar proyectos independientes. Siguieron con una editorial de libros de autoría propia y ajena con el objetivo de sistematizar experiencias. Decidieron lanzar un periódico con frecuencia mensual para profundizar los temas que tratan en la página web. Dieron vida a un bar porque creyeron necesario que los lectores tengan un punto de encuentro, cara a cara, con los periodistas y pusieron en juego la economía social. Crearon su propia radio por internet, que es productora de contenidos y de libre reproducción. Y se atrevieron a tener su propio programa de televisión vía web.

Sus fuentes de financiamiento son varias: con la venta del periódico más la publicidad, les alcanza para pagar el papel y los retornos a quienes participan en él. La publicidad que se gestiona en la radio sirve para pagar a los que trabajan allí. El dinero de la

venta de librería y bar, se distribuye entre los encargados del sector. Y lo recaudado en la Cátedra se reparte entre sus docentes¹⁰⁵.

Lavaca hoy conforma un multimedio bajo el lema anticopyright. Es decir, que se diferencia de los grandes medios no sólo porque cualquiera en cualquier lugar del planeta puede utilizar sus producciones sin pedir permiso, sino por su constitución cooperativa: todo el dinero que ingresa se reparte entre los integrantes de la cooperativa y todo capital excedente se utiliza para gestar nueva fuente de trabajo. Las decisiones se toman en Asamblea y el Consejo Directivo cambia todos los años.

Se distancian de los grandes medios también en su noción de la comunicación.

Lavaca (2006: 35), señala:

(...) la comunicación estratégica no puede pensarse hoy de 'abajo hacia arriba', ni de la periferia hacia el centro, ni de la 'sociedad civil' hacia las instituciones intermediarias, ni siquiera 'contra' algo sobre lo cual hay que hacer fuerza para derribar, porque el solo hecho de hacerlo lo fortalece y lo restaura. La comunicación debe crear vínculos que fortalezcan identidades que lucha por dejar de ser lo que otros quieren que sean.

La cooperativa fue iniciada por cinco periodistas y un contador. Hoy son 16 personas que constituyen el colectivo. Según Claudia Acuña “**LaVaca**¹⁰⁶ es una colecta de recursos humanos”¹⁰⁷.

Pero lo que construyeron fue mucho más que una cooperativa. En su afán de resistencia, lo que produjeron fue un medio social de comunicación.

2-Las revistas culturales independientes.

Para el colectivo lavaca, la experiencia de lograr publicar MU todos los meses, de luchar contra el precio del papel, y batallar contra un sistema de distribución que boicotea su llegada a los kioscos, formuló la necesidad de armar un proyecto con las demás revistas independientes que integraban el sector.

Pero antes del desarrollo de la constitución de una asociación, creemos pertinente desasnar qué es una revista cultural.

Una primera y tibia aproximación la brinda la Dirección Nacional de Industrias Culturales que las define de la siguiente manera:

¹⁰⁵ Recuperado de <http://comision35medios.tumblr.com/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹⁰⁶ Negritas y mayúsculas, N. del A.

¹⁰⁷ Fernández-Savater, Amador (Rebelión, 16/02/2016). “Ni representar, ni juzgar: la comunicación como territorio de vida”. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

*Entendemos por revistas culturales a aquellas publicaciones en papel dedicadas a la música, las artes escénicas, la literatura, las artes visuales, el diseño, el cine, y los medios audiovisuales y multimedia, así como al pensamiento aplicado a la política, las ciencias sociales, la filosofía y la historia.*¹⁰⁸

Para ejemplificar traeremos nombres resonantes que hicieron historia en nuestro país y que además de haber construido la identidad de la revista cultural, tuvieron la impronta de ser independientes:

Revista Sur, fundada por Victoria Ocampo en 1931, cuyo consejo de redacción estuvo conformado por Jorge Luis Borges, Oliverio Girondo, Eduardo Mallea, entre otros.

Contorno, publicada por primera vez en 1953 fue una creación de Ismael Viñas a la que luego se agregó David Viñas. Cerró en 1959 con sólo diez números en su haber. Fue emblema de la intelectualidad de izquierda.

El escarabajo de Oro (1959-1974), presidida por Abelardo Castillo, cuyo precedente fue El Grillo de Papel y su consecuente fue El Ornitorrinco (1977-1986), está considerada la revista literaria más importante de las décadas de los sesenta y setenta. Por dichas publicaciones Abelardo Castillo integró “las listas negras” de intelectuales prohibidos por la última dictadura militar.

Pelo, aparecida en 1970, su editor fue Osvaldo Daniel Ripoll y dejó de publicarse a fines de los '90. Pelo marcó un hito dentro del periodismo musical argentino.

Cerdos & Peces, creada en 1983 por Enrique Symns. Se publicó hasta 1998 (se relanzó en 2004, pero no superó los 2 números). Symns publicó un texto que llamó “Den la alarma”¹⁰⁹ y allí escupió:

*En toda la historia de esta revista, nunca dimos respuestas macropolíticas. No vamos ahora a ponernos a hablar del canalla de Menem, de los corruptos senadores y diputados, ni de los asesinos de uniforme que mataron mujeres y violaron niños en la pesadilla de los chupaderos, ni del poder del imperio que puede ser estudiado en el lenguaje del portero que vigila tu edificio. Lo nuestro fue siempre ese portero, lo micropolítico. Tu miseria sexual, tu calle contaminada, tus rutinas carcelarias, el sometimiento de tu magia. Me fui de tu calle y también de la mía. Ya no sé dónde queda nada ni dónde están todos. Fui soberbio: me fatigué de esta maldita historia argentina, este estúpido país, esta grosería existencial que nos obliga a repetir una y otra vez la denuncia de cómo nos snifan la cabeza.*¹¹⁰

Humor, cuyo ciclo fue de 1978 a 1999, se convirtió en la mítica publicación que tuvo vida de la mano de Andrés Cascioli. Nació en las entrañas de aquellas épocas oscuras

¹⁰⁸ Ministerio de Cultura (s.f). “Revistas Culturales Argentinas”. Recuperado de <http://www.cultura.gob.ar/acciones/revistas-culturales-argentinas/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

¹⁰⁹ Symns, Enrique (Infojus, 26/09/2013) afirma que su texto “Den la alarma” fue una declaración de guerra y fue construido con frases de canciones del Indio Solari. Recuperado de <http://www.infojusnoticias.gov.ar/opinion/symns-sobre-el-indio-solari-yo-lo-acuse-de-asesino-57>. - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

¹¹⁰ Recuperado de <http://www.elpatologico.cl/wp-content/uploads/2013/07/Cerdos-Peces-Selecci%C3%B3n-de-textos.pdf> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

de la dictadura militar y se convirtió en un bálsamo de compromiso con la democracia. Sus páginas fueron firmadas por grandes plumas, no hubo un gramo de publicidad ni pauta oficial y vendió millones de ejemplares.

Pasaron los años y la crisis de 2001.

Algunas desaparecieron; pocas quedaron; muchas nacieron.

El dato preciso es que en los últimos 14 años, las revistas culturales independientes no pararon de multiplicarse: actualmente, hay 213 publicaciones circulando por los kioscos de diarios y revistas¹¹¹.

Muchas de ellas están por cumplir los 15 años, otras como Kiné¹¹² sobrepasó los 20. Es decir, que la nueva camada de revistas culturales lleva años experimentando el estresante circuito de salir a la calle: producción – distribución – circulación.

En septiembre de 2012 el periódico MU publicó:

(...) Nosotros sabemos que hay que estar muy cuerdo para ser una revista cultural independiente. Porque serlo durante largo tiempo, durante varias ediciones, significa que cada revista pudo construir aquello que la sostiene, financiera y socialmente. No un mercado, porque eso sí que es una locura que arrasó con miles de publicaciones, incluso con aquellas que se jactaban de contar con sólidas inversiones. Lo que encontró cada una de las más 300 revistas que se publican hoy en forma independiente en cada rincón de Argentina son lectores dispuestos a bancarlas.

Algunas de estas publicaciones lograron, con ese impulso, crecer y multiplicar sus lugares de encuentro con esos lectores. Llegamos a los kioscos, por ejemplo. En el circuito de Capital Federal y el conurbano hay 6.000 kiosqueros que sostienen el rito de entregar un ejemplar a cambio de dinero. Viven de eso, así como vivimos algunos de nosotros, que alimenta de ese modo el latido de colectivo de periodistas, organizaciones sociales, proyectos y sueños (...) (MU N° 58, 2012: 3)

De esto se trata una revista cultural independiente. De jugarse la vida.

Según el último censo realizado por AReCIA¹¹³, el número de revistas registradas por la asociación creció: pasaron de 166 publicaciones en el año 2013 a 213 en 2014. Los números registrados según el informe del Ministerio de Cultura son mayores: existen 317 revistas en todo el país¹¹⁴.

Un punto interesante surge cuando se rastrea la ubicación geográfica de las publicaciones. Los datos obtenidos señalan una federalización de las revistas culturales:

¹¹¹ Revistas culturales (02/2015). "Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014" (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistas culturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

¹¹² En página web: <http://www.revistakine.com.ar/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015

¹¹³ Revistas culturales (02/2015). "Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014" (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistas culturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

¹¹⁴ Ministerio de Cultura (s.f). Recuperado de http://revistas.cultura.gov.ar/?page_id=218 - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

El universo de las revistas culturales se aleja de la concentración porteña. Solo el 39, 6 por ciento están radicadas en Ciudad de Buenos Aires, mientras que el 60, 4 por ciento llegan con las voces de otros rincones del país. El 13, 4 pertenecen al Conurbano; 8 por ciento a La Plata; 7,6 por ciento al resto del territorio bonaerense; 6,7 por ciento a Córdoba; 4,6 por ciento Santa Fe. Otras publicaciones florecen en las regiones Norte (7 por ciento), Cuyo (6,2), Patagonia (3,3) y Mesopotamia y NEA (3,8).¹¹⁵

A pesar de las trabas en el circuito de producción y distribución impuesto por los monopolios¹¹⁶, el sector continúa apostando a la publicación en papel: se trata del 73.2 por ciento de los casos¹¹⁷. Hay un solo factor que evidencia este porcentaje: la confianza del lector.

La tirada promedio que el sector independiente le aporta a la industria gráfica pyme por mes un valor de 2.9 millones de pesos y un promedio de 360 mil ejemplares mensuales¹¹⁸.

Las revistas culturales independientes lograron convertirse en una fuente de trabajo: 1312 personas trabajan en el sector.

Ellos decretan: “La cultura no es una mercancía. Las revistas culturales tampoco” (MU N° 45, junio 2011: 18).

AReCIA.

Las razones por las que se consideró la necesidad de crear una asociación que nuclea y bregue por los derechos de las revistas culturales autogestionadas partieron de las reuniones que el sector comenzó a realizar en el bar Mu. Punto de encuentro. Allí se plantearon tres cuestiones centrales que lanzaron la iniciativa que posicionaría los lugares clave de lucha.

Claudia Acuña menciona las inquietudes que se lanzaron en la mesa del bar:

(...) una es la relación con el Estado: hoy el Estado es un actor, un actor económico en la vida de las publicaciones y nadie piensa qué hacer con esto. No podemos estar ante el Estado arrodillados, porque este Estado le debe mucho al sector. (...) Luego qué relación tenemos con el mercado, que es una relación que nos desafía, nos compromete. Porque no puede haber revistas sin lectores, ni sin rentabilidades. Y porque nosotros queremos que el sector dé un salto, nos parece

¹¹⁵ Revistas culturales (18/02/2015). “Tercer informe sobre el sector: somos más, más organizadas, más federales”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/tercer-informe-sobre-el-sector/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

¹¹⁶ Recordemos que Papel Prensa pertenece a Clarín y La Nación. De esta manera ellos manejan la cadena productiva de forma arbitraria: por un lado tienen el monopolio del papel; por el otro controlan la cadena de distribución y venta. Afecta de forma directa a canillitas y productores independientes.

¹¹⁷ Revistas culturales (18/02/2015). “Tercer informe sobre el sector: somos más, más organizadas, más federales”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/tercer-informe-sobre-el-sector/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

¹¹⁸ Revistas culturales (18/02/2015). “Tercer informe sobre el sector: somos más, más organizadas, más federales”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/tercer-informe-sobre-el-sector/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

*que es el momento histórico para darlo, donde se convierta en una fuente de trabajo. ¡Queremos vivir con dignidad! (...) Luego la relación entre nosotros. ¿Qué relación vamos a establecer entre nosotros? Tenemos que ser muy contundentes, muy claros, a veces tremendamente crueles (como cuando uno dice la verdad), pero que nos permita crear un espacio de verdad y no de careta, para poder avanzar como sector. Tenemos intereses comunes para defender, a pesar de las diferencias.*¹¹⁹

La Asociación de Revistas Culturales Independientes (AReCIA) fue creada en abril de 2011 con una consigna precisa “el sector tiene una ética, no compite, comparte” y con un objetivo claro: “(...) el fortalecimiento de la edición independiente, la defensa de sus derechos y la creación de políticas públicas que la reconozcan y respeten”¹²⁰.

AReCIA es tomada como una herramienta de construcción para dar batalla y enfrentar a los grandes problemas que tiene el sector. La Asociación fue constituida por once publicaciones: MU, el periódico de la vaca, El Teje¹²¹, THC¹²², Haciendo Cine¹²³, Aji¹²⁴, Dale¹²⁵, Diario de Poesía¹²⁶, El Amante¹²⁷, Barcelona, Artexto¹²⁸ y Kooch¹²⁹.

Los revistas culturales autogestionadas (MU N° 58, 2012: 3) eligen un punto de partida para comenzar a caminar:

(...) nacimos en los márgenes y estamos orgullosas de ese origen, que nos da sentido. Apostamos a la autogestión y por eso ni al Estado ni al mercado le rogamos nada. Exigimos, sí, vivir en una sociedad cuyas instituciones garanticen la democratización de la comunicación, fomenten la pluralidad de voces y pongan freno a las mafias. Exigimos que la Ley de medios sea eso: de todos los medios.

La entidad designó como presidenta a Claudia Acuña que fue la encargada de anunciar en MU (N° 45, 2011) los ejes de la Asociación. “Debatir la identidad del sector”, fue el primer punto que mencionó. El segundo fue: “Debatir la relación con el Estado”. Allí relata una anécdota sobre la respuesta que les brindó el secretario de Ingresos Públicos del gabinete de Domingo Cavallo, frente a la resistencia de la imposición del IVA a las publicaciones periódicas en tiempos de la Alianza. Les dijo:

¹¹⁹ Basso, Juan Ignacio (Andén N° 67). “Diálogo con Claudia Acuña: la academia en comunicación está muerta, hace años que perdió el tren”. Recuperado de <http://andendigital.com.ar/home/dialogos/596-dialogo-con-claudia-acuna-la-academia-en-comunicacion-esta-muerta-hace-anos-que-perdio-el-tren-anden-67> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹²⁰ Revistas culturales (26/04/2011). “Abril 2011: Se conformó AReCIA” Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/se-conformo-arecia/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²¹ En página web: http://www.rojas.uba.ar/contenidos/revistas/index_revistas.php - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²² En página web: <http://www.revistathc.com/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²³ En página web: <http://www.haciendocine.com.ar/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²⁴ Actualmente, no existe página para tal publicación.

¹²⁵ En página web: <http://www.revistadale.com.ar/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²⁶ Actualmente, no existe página para tal publicación.

¹²⁷ En página web: <http://www.elamante.com/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²⁸ En página web: <http://revista-artexto.blogspot.com.ar/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹²⁹ En página web: <http://www.kooch.com.ar/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

“Para mí no hay diferencia entre un zapato y una revista cultural”. Queda claro el por qué la lucha lleva tanto tiempo de historia y por qué los resultados siempre son los mismos. El tercer eje fue: “Debatir la relación con el mercado (...) Cómo encontrar nuevas formas de relación que no sean meramente comerciales, sino redes de colaboración”.

Según el censo realizado por AReCIA actualmente, hay 213¹³⁰ publicaciones circulando por los kioscos de diarios y registradas en la Asociación¹³¹.

Otro es el número que registra el informe del Ministerio de Cultura: existen 317 revistas en todo el país¹³².

Crearon una red de información y recursos para todo el sector. La Asociación se convirtió en una herramienta, pero también se volvió un arma para poder desplegar soluciones comunes.

Los productores independientes dicen: “Nosotros somos chicos pero somos muchos y juntos conformamos un sector que desmiente todo aquello que la corporación periodística afirma”¹³³.

Lo demostraron en el Primer Congreso Internacional de Periodismo Autogestionado que se realizó en el Hotel recuperado Bauen, el 9 y 10 de septiembre de 2011, bajo el lema: “Comunicación, libertad y autogestión”. Estuvo organizado por el Ministerio de Trabajo junto a la Federación Asociativa de Diarios y Comunicadores Cooperativos de la República Argentina (FADICCRA). Aproximadamente dos mil personas pasaron por los salones del hotel y asistieron a las charlas, conferencia y talleres. Expusieron sobre la temática: Franco Bifo Berardi, Alejandro Piscitelli, Richard Stallman, Raúl Zaffaroni, María Galindo, entre otros¹³⁴.

En octubre de 2012, 2013 y 2014 se constituyeron el 1º, 2º y 3º Foro Social de Revistas Culturales Independientes y Autogestionadas, llevado a cabo en la Manzanas de las Luces de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

¹³⁰ Revistas culturales (09/2015). “Revistas registradas”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/miembros/> - Última fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015.

¹³¹ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

¹³² Ministerio de Cultura (s.f). Recuperado de http://revistas.cultura.gov.ar/?page_id=218 - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

¹³³ Revistas culturales (14/10/2014). “Armamos AReCIA como una herramienta para dar batalla pero también para construir”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/armamos-arecia-como-una-herramienta-para-dar-batalla-pero-tambien-para-construir/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹³⁴ Revistas culturales (10/10/2011). “Juntos en la diferencia”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/juntos-en-la-diferencia/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Bajo el lema ¡El poder a la imaginación!¹³⁵, se abrió el I Foro que se llevó a cabo entre 11 y 14 de octubre de 2012. El lugar escogido no fue azaroso. Acuña explicó: “En ese patio que parece abandonado se imprimió por primera vez *La Gaceta de Buenos Aires* -el periódico semanal dirigido por Mariano Moreno cuya fecha de salida dio origen al Día del Periodista- y funcionó la primera sede de la Biblioteca Nacional”¹³⁶.

Fue el inicio de un camino que todos los años, en la misma fecha, transitan los periodistas que eligen otra forma de hacer periodismo.

El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet, también conocida como Ley de Fomento (Ver Anexos). Esta ley fue presentada por el diputado del Frente para la Victoria (FpV) Jorge Rivas y cuenta con el respaldo de más de una decena de diputados.

El artículo 1 señala: “Patrimonio cultural argentino. Promoción de la diversidad cultural. El trabajo de producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y de Internet, es reconocido como patrimonio cultural argentino. Y en ese carácter es objeto de protección garantizando la diversidad cultural de nuestra Nación” (Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet, mayo 2013).

Las principales medidas propuestas son: -Exención del impuesto a las ganancias y del impuesto al valor agregado. Se exige otorgar derechos de importación y exportación respecto de las publicaciones y de los insumos utilizados. -Garantizar las medidas necesarias para la distribución y circulación de las revistas dentro de los canales cotidianos. -Crear un Fondo de Desarrollo para brindar subsidios y posibilitar las inversiones a la producción independiente (un punto interesante es que el fondo no tiene que ser menor al 20 por ciento del presupuesto destinado a la publicidad oficial). -Acceso al crédito. -Preferencias desde el sector público al sector social y asociativo para acceder a licitaciones. -Facilidades y disponibilidad de espacios para promover y divulgar las publicaciones autogestivas desde los medios de comunicación estatales. - Los Ministerios de Cultura y Educación, deberán destinar publicaciones a bibliotecas escolares y públicas. (Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet, mayo 2013).

¹³⁵ Recuperado de http://www.manzanadelasluces.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=452:foro-social-de-revistas-culturales-independientes-y-autogestionadas&catid=20:conferencias&Itemid=18 - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

¹³⁶ Lavaca (16/10/2012). “Los caminos que abrió el Foro Social de Revistas Culturales Independientes”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/los-caminos-que-abrio-el-foro-social-de-revistas-culturales-independientes/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Este proyecto nace desde la urgencia y la necesidad de reforzar y volver plural la Ley N° 26.522. Desde AReCIA afirman que hay una deuda desde el Estado. En el texto que acompaña el proyecto los gestores de la ley sostienen:

(...) toda ley es, además, una política hecha acto. Esta viene a señalar, visibilizar y consagrar socialmente que otra forma de comunicación es posible. (...) que aliente el desarrollo de un tipo profesional capaz de gestionar en grupo una empresa social que responda solo a los intereses de su comunidad de lectores. (...) que no aliente la competencia, sino la convivencia de diferentes modos de percibir y expresar la vida. (...) que no busca el lucro, sino la sostenibilidad de cada proyecto. (Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet, mayo 2013)

El 29 de octubre de 2013 (el mismo día que se declaró la constitucionalidad de la Ley N° 26.522), el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet. Se crea con dicha Ley de Promoción, el Registro de Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural (REdiACC) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (ver Anexos). Es decir, a partir de ahora, existirá un control de la inscripción de las publicaciones. Además se reconoce la producción independiente y autogestiva como “patrimonio cultural porteño”.

El proyecto fue elaborado por la legisladora Gabriela Cerruti en colaboración con integrantes de AReCIA y suscripto por los legisladores Edgardo Forn, María Rachid, Delia Bisutti, Aníbal Ibarra y Rafael Gentili considera que con su aprobación permitirá “saldar una vieja deuda de la democracia con la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural a través de un reconocimiento a las publicaciones que han permitido expresar una multiplicidad de voces, producciones y realidades”¹³⁷.

Ambos proyectos están aunados por un mismo espíritu: ejercer la pluralidad, la diversidad, la heterogeneidad de voces, experiencias y actores. Es decir: fortalecer la democracia y la libertad de expresión. Pero sobre todo tienen un objetivo claro: la planificación y producción comunicacional desde una perspectiva autogestiva.

En una nota realizada a los integrantes de AReCIA, comentan:

Cuando se fustigaba a la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, recuerdo que Jorge Lanata dijo una imbecilidad enorme pero con mucho arraigo en la sociedad: se preguntaba “quién va a escuchar la radio de los wichis”. Ahí está el punto. ¿Quién va a escuchar la radio de los wichis? Los wichis. Y está muy bien.

¹³⁷ lavaca (30/10/2013). “Ahora, Ley de Fomento a las Revistas Culturales Independientes y Autogestivas”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/ahora-ley-de-fomento-a-las-revistas-culturales-independientes-y-autogestivas/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

*De eso estamos hablando: de que cada grupo tenga derecho a expresarse, aunque no sea “negocio” en términos de una lógica capitalista que todo el tiempo busca la maximización de la ganancia. Estamos hablando de comunicación, no de lucro. En eso, las revistas culturales tenemos mucha historia para contar. Hay revistas que llevan más de 20 años y sobrevivieron por la fidelidad de los lectores. Es una historia similar a la que cuentan las radios comunitarias, que fueron la voz de sus pueblos durante años, aunque la ley las consideraba ilegales, truchas, piratas. Bueno, desde esas tribunas se resistió el vaciamiento del país. Ahora queremos cambiar las reglas de juego, cambiar el paradigma.*¹³⁸

Desde la Asociación entienden que es necesaria una discusión sobre el tema y consideran estos dos proyectos como “La otra pata de la ley de medios”¹³⁹ ya que la producción autogestiva está amenazada también por las corporaciones mediáticas. El periodismo gráfico quedó excluido de la Ley N° 26.522 y esa situación los deja en un estado de vulnerabilidad y a la intemperie frente al mercado y a las corporaciones. Son los monopolios mediáticos los que imponen las condiciones frente a las leyes de un mercado que los avala y un Estado que mira para otro lado. El portal Diario sobre Diarios realizó una síntesis de la situación actual que arrastra una vieja lucha. Con un resultado previsible: los perdedores parecían ser siempre los mismos.

*Esos emprendedores están a la intemperie del mercado, desde siempre. Las normas que regulan el sector básicamente se originaron de acuerdos de los grandes del mercado editorial con las autoridades de cada gobierno (...) Según que etapa se analice, los grandes jugadores consiguieron eximiciones, descuentos, excepciones, en una historia compleja de acuerdos comerciales que involucra al precio de tapa y al Impuesto al Valor Agregado (IVA).*¹⁴⁰

El 5 de junio de 2014, marcó tal vez el comienzo de una nueva batalla en donde los resultados no sean siempre injustos.

*La presidenta Cristina Fernández de Kirchner anunció ayer una modificación del IVA para medios gráficos, con alícuotas diferenciadas según el monto de facturación: 2,5 por ciento sobre empresas que facturen hasta 63 millones; 5 por ciento para las que alcancen hasta 126 millones; y el 10,5 sobre la tapa de diarios para los que facturen sobre esa cifra.*¹⁴¹

¹³⁸ Revistas culturales (01/12/2013). “Ley de medios: la hora de la palabra escrita”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/ley-de-medios-la-hora-de-la-palabra-escrita/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

¹³⁹ Lavaca (27/09/2012). “La otra pata de la Ley de Medios”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/la-otra-pata-de-la-ley-de-medios/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

¹⁴⁰ Diario sobre diarios (28/01/2014). “La Otra Ley”. Recuperado de http://www.diariosobrediarios.com.ar/dsd/notas/4/305-la-otra-ley.php#.VfBqfhF_Oko - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

¹⁴¹ Página 12 (06/06/2014). “AReCIA: es una garantía a la pluralidad de voces”. Recuperado de <http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/20-68228-2014-06-06.html> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Según los legisladores dicha rebaja impositiva sería un escollo y algo muy difícil de alcanzar. Sin embargo, el Ejecutivo fue lo primero que materializó. Para los integrantes de AReCIA, la noticia fue “la confirmación de que no estaban locos”¹⁴².

Las batallas del sector.

“(…) nuestro gran problema son las corporaciones”¹⁴³, señala Claudia Acuña en una nota que le realizaron desde la Agencia Paco Urondo¹⁴⁴.

Acuña se está refiriendo a La Nación y Clarín, dos monopolios periodísticos que hoy controlan el mercado de diarios y revistas. Y que además, son dueños de Papel Prensa, la materia prima necesaria para la existencia de todo tipo de publicación gráfica.

El traspaso de la empresa de fabricación de papel a manos de estas corporaciones que se produjo durante la última dictadura militar, lleva a hacerse una pregunta: “¿Puede convertirse la propiedad de una empresa en una violación a los derechos humanos?”¹⁴⁵

¿Qué significa lo que acabamos de citar?

Significa muchas cosas y esconde otras tantas.

La historia de la adquisición de Papel Prensa, tomó relevancia estos últimos años. Desde 2010 existe una causa judicial. El 31 de marzo de ese año, la Secretaría de Comercio Interior, bajo Resolución N° 126, solicitó investigar la transferencia accionaria del capital social de Papel Prensa a favor de La Nación, Arte Gráfico Editorial (Clarín) y La Razón S.A.¹⁴⁶. Fue publicado en el Boletín Oficial del 4 de abril de 2010¹⁴⁷.

El 24 de agosto de 2010, la presidenta Cristina Fernández, presentó un documento llamado: *Papel Prensa: La verdad elaborado por la Secretaría de Comercio Interior*¹⁴⁸.

¹⁴² Revistas culturales (17/10/2014). “Decí MU y la Ley de Revistas Culturales: que lo sepan todos”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/decí-mu-y-la-ley-de-revistas-culturales-que-lo-sepan-todos/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

¹⁴³ Revistas culturales (14/10/2014). “Armamos AReCIA como una herramienta para dar batalla pero también para construir”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/armamos-arecia-como-una-herramienta-para-dar-batalla-pero-tambien-para-construir/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹⁴⁴ Recuperado de <http://www.agenciapacourondo.com.ar/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

¹⁴⁵ lavaca (24/06/2010). “Decí Mu: el papel del delito”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/decí-mu/decí-mu-el-papel-del-delito/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

¹⁴⁶ El diario LA Razón fue parte accionista, pero se fundió y sus acciones fueron captadas por Clarín.

¹⁴⁷ Recuperado de <http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

¹⁴⁸ Secretaría de Comercio Interior, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas, Presidencia de la Nación (08/2010). “Papel prensa: la verdad”. Recuperado de http://www.mecon.gov.ar/basehome/pdf/papel_prensa_informe_final.pdf - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

Son 218 páginas en las que se mencionan cómo fue la estrategia para obligar a los herederos de David Graiver a disolver el grupo económico.

La historia de Papel Prensa se puede sintetizar de la siguiente manera:

En el año 1973, José Ber Gelbard, ministro de Economía de Cámpora, Perón e Isabel, logró persuadir al Grupo Civita (editorial Abril) para que cediera el 26 por ciento de sus acciones de Papel Prensa a un joven y audaz empresario: David Graiver, alias "Dudi".

Graiver fue amenazado por la Triple A y decidió irse del país. Mantuvo sus empresas en Argentina, y aprovechó a consolidar otras en el exterior. En ese período, Montoneros le entregó a "Dudi" 16.825.000 dólares para que se los administre. Ese dinero era parte de lo pagado por el secuestro de los hermanos Born. El 24 de marzo de 1976 se produjo el golpe militar y 7 de agosto de ese año Dudi murió en un "accidente"¹⁴⁹ aéreo.

Lidia Papaleo, viuda de Graiver, mantuvo reuniones con Montoneros por el reclamo del dinero otorgado a "Dudi". Y le llegó una propuesta realizada por Jorge Martínez Segovia, socio de José Alfredo Martínez de Hoz (ministro de Economía del llamado Proceso de Reorganización Nacional) por la suma de 8.300.000 dólares para la compra de sus acciones en Papel Prensa (MU N° 34, 2010: 16, 17 y 18).

Presionada y sin aire, Papaleo firmó el traspaso de las acciones de Papel Prensa.

Sobre este tema Lidia Papaleo (mujer de David Graiver), escribió:

Todo el horror que fue mi vida después de mi secuestro es indescriptible en la serie de perversiones, vejaciones y tormentos a la que fui sometida, no obstante que deseo concluir con la presente reiterando que prefiero ver los ojos y la cara de mis torturadores, antes que ver los ojos de Mignetto en el momento en que me amenazaba para que firmara.¹⁵⁰

Cuando Lidia Papaleo habla de secuestro, lo hace en relación a su detención en dos centros clandestinos (el Pozo de Banfield y Puesto Vasco -en Quilmes-) y en el Departamento Central de Policía.

Cuando menciona a Mignetto, se refiere a Héctor Mignetto, que ingresa en el año 1972 a Clarín como contador y desarrolla su carrera en el diario, hasta llegar a director ejecutivo (CEO) del grupo.

Sobre la propuesta de sacarle Papel Prensa a la viuda de Graiver, los periodistas del periódico MU, escriben:

¹⁴⁹ Juan Gasparini en su libro *David Graiver, el banquero de los Montoneros*, señala que fue un atentado producido por CIA (Central Intelligence Agency).

¹⁵⁰ Papaleo, Lidia Elba (Tiempo Argentino, 06/08/2010). "Lidia Papaleo denunció por escrito cómo fue amenazada y torturada". Recuperado de <http://tiempo.infonews.com/nota/121075/lidia-papaleo-denuncio-por-escrito-como-fue-amenazada-y-torturada> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

La idea que Gasparini atribuye a Martínez de Hoz es sencilla: darle el monopolio de papel a los tres diarios de más tirada¹⁵¹, con la contrapartida obvia de domesticación (no hacía falta demasiado: el golpe había sido bienvenido por esos tres medios, e incluso por La Opinión de Jacobo Timerman, y La Tarde, dirigido por su hijo Héctor, actual embajador argentino en Estados Unidos. La idea militar, en todo caso, era la de docilidad a largo plazo). (MU N° 34, 2010: 17)

Clarín y La Nación lograron tal poder que actualmente manejan la cadena productiva. Controlan el inicio del circuito: tienen en sus manos la fabricación de papel y los datos son contundentes.

Según un informe de la Sindicatura General de la Nación (SIGEN), 168 medios deben pagar un 15 por ciento más del precio de papel que las empresas controlantes (Clarín y La Nación) y están impedidos de importarlo dadas las trabas existentes en materia de comercio exterior. Con la devaluación realizada en el año 2002 la tonelada de papel subió el precio más del 400 por ciento¹⁵².

Es decir, que el aumento recae sobre los diarios y revistas más chicos que tienen que costear con sus bajos recursos lo que los dos grupos de medios imponen.

En diciembre de 2011 el Congreso Nacional aprobó "(...) la Ley N° 26.736 que declara de interés público la fabricación, distribución y comercialización del papel", pero un informe de la SIGEN señala que desde Papel Prensa no están cumpliendo con dicha ley¹⁵³.

Otra batalla que enfrenta el sector es contra el sistema expulsivo y concentrado de la distribución, aún regido por un decreto de 2001.

Es decir que La Nación y Clarín, también controlan el final del circuito: manejan la distribución y venta.

Hasta el año 2000 la distribución y venta de diarios y revistas estuvo controlada por la Ley N° 12.991.

En el año 2000, el Decreto N° 1025 reemplazó a la citada ley. El decreto, que sigue vigente a la fecha, establece: "(...) se podrá editar, distribuir y vender diarios, revistas y afines, en un régimen de libre competencia y sin restricciones"¹⁵⁴.

El contexto viene aclarado en los "Considerando" y no hace falta mucha explicación para entender qué se quiere decir cuando lo económico viene descripto con los conceptos: "libertad de competencia" y "desregulación de la actividad económica"¹⁵⁵.

¹⁵¹ Se refieren a los diarios Clarín, La Nación y La Razón.

¹⁵² Revistas culturales (18/08/2015). "AReCIA denunció la concentración de medios gráficos ante la CIDH": Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/arecia-denuncio-la-concentracion-de-medios-graficos-ante-la-cidh/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

¹⁵³ Revistas culturales (18/08/2015). "AReCIA denunció la concentración de medios gráficos ante la CIDH": Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/arecia-denuncio-la-concentracion-de-medios-graficos-ante-la-cidh/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

¹⁵⁴ Decreto 1025/2000. Recuperado de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64877/norma.htm> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

Recordemos que dichas palabras componen el diccionario del neoliberalismo. Y en nombre de ellas se forzó el mercado y se estimuló la acumulación de capital en deterioro de las políticas culturales (Mastrini y Mestman, 1996).

Las consecuencias son varias y diversas:

- Se recortó la ganancia del canillita. Las empresas dominantes decidieron unilateralmente, pagar un 11 por ciento menos que los editores independientes, en el porcentaje de venta que le corresponde a los canillitas. A la vez, representan aproximadamente el 70 por ciento del mercado. Por lo tanto, esa quita es responsable directa de la crisis que actualmente padece el sistema de comercialización.
- En el año 2012, Clarín y La Nación subieron los precios del papel. Esta medida impactó directamente sobre los medios independientes que se vieron obligados a subir los precios de tapa.
- Crearon una deuda de una manera muy ingeniosa. Aumentaron los costos de distribución para atrás. ¿Qué quiere decir esto? Significa que el Centro de Distribución prorrateó, para contrarrestar el déficit, el costo de estructura entre las revistas que lo usaban: mayor devolución; mayor costo. Un ejemplo: en julio de 2012, facturaron diciembre de 2011. Es decir, que crearon una deuda sobre meses pasados sin avisar a los actores implicados, y de esta manera, los imposibilitaron a accionar. A esta deuda se le debe sumar el 50 por ciento del precio de tapa que se queda el Centro de Distribución (Rediaf S.A.).
- El actual decreto permite que las empresas editoras puedan comprar las distribuidoras de diarios y revistas. Quiere decir, lisa y llanamente, que La Nación y Clarín pueden ser propietarias de los recorridos.

Claudia Acuña ejemplifica lo que acabamos de mencionar:

Para hablar clarito Clarín y La Nación se quieren quedar con el sistema de distribución y comercialización en Capital y lo están logrando, para poder hacer esa maniobra lo que hacen es: funden a quiosqueros endeudándolos, te dejan material, no te lo pasan a retirar, no te lo cobran, al año pasan; el quiosquero de cada ejemplar vendido tiene que devolver el 70% si no lo pasan a buscar te lo gastás y el 70% es mucha plata entonces logran endeudarlos y así se quedan con los quioscos. Logran endeudar a los recorridos, que son los camiones que llevan a los seis mil quioscos de Capital todos los días las publicaciones que salen, ya compraron tres. Mil quioscos cerraron por esto, porque prefieren cerrar a vendérselo a Clarín y la Nación. Fíjate los canillitas la conciencia que tienen, son enemigos mortales de la corporación desde hace años. (...) Hace cinco años Clarín y Nación no tenían ni una revista, hoy tienen entre treinta y cinco y cuarenta

¹⁵⁵ Decreto 1025/2000. Recuperado de <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64877/norma.htm> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

*títulos, ninguno los creó, ninguno se les ocurrió, todos los compraron a precio vil, fundiéndolos, como decir “a vos no te da la espalda, no podés vender porque tenés una asfixia a nivel distribución, te conviene que yo te reparta.”*¹⁵⁶

Bajo el título “Fuera de joda”, la revista Barcelona¹⁵⁷ escribió:

*El sistema de distribución de diarios y revistas está en crisis. En medio de esa crisis, los actores de posición dominante en el sistema han decidido, de manera unilateral, cambiar las condiciones de su funcionamiento. Sin posibilidades de encontrar otra vía de llegar a sus lectores que no sea el tradicional y hoy crítico circuito de distribución, BARCELONA¹⁵⁸ se ve obligada a acatar estas nuevas condiciones, que no distinguen entre grandes editores con grandes pautas publicitarias y con negocios conexos y pequeños editores con proyectos autogestivos, y que tienen por objetivo repartir las pérdidas de manera igualitaria cuando, durante décadas, las ganancias se repartieron entre unos pocos.*¹⁵⁹

El 11 de septiembre de 2012, la Garganta Poderosa¹⁶⁰, publicó:

(...) Canillitas y Editores Independientes constituimos algunas de las partes fundamentales de la cadena que nos posibilita llegar a miles de lectores. Es esa cadena la que quieren cortar y controlar algunos sectores corporativos que intervienen en el circuito. Canillitas y Editores Independientes tratamos de vivir dignamente de las publicaciones que vendemos y eso es lo que hoy está en peligro, amenazado por aquellos que quieren convertir cada kiosco en una góndola donde sólo se acomodan los productos de esos “grandes” que cada vez venden menos ejemplares.

Canillitas y Editores Independientes sabemos que la crisis de los medios gráficos la desató la falta de credibilidad y la baja calidad de las publicaciones que ya no viven de las noticias que publican, sino de la información que ocultan. Nuestras publicaciones representan apenas una muestra de una nueva forma de concebir medios gráficos: el medio como medio. Cada revista no es para nosotros un negocio que se negocia, ni una inversión que se especula. Nuestras publicaciones son una herramienta de cambio. Por eso hoy fuimos¹⁶¹, como siempre, a estar presentes, parándonos al lado de quienes consideramos nuestros aliados, para expresar lo que aprendimos: de

¹⁵⁶ Revistas culturales (14/10/2014). “Armanos ARECIA como una herramienta para dar batalla pero también para construir”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/armamos-arecia-como-una-herramienta-para-dar-batalla-pero-tambien-para-construir/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹⁵⁷ Barcelona es una revista que conforma el núcleo de revista autogestivas. Si bien la idea nació en diciembre de 2001, el primer número de Barcelona salió el 16 de abril de 2003. Un grupo de amigos periodistas, ex compañeros de La Maga, desocupados, se juntaron a armar un nuevo proyecto. El proyecto se pensó desde la comodidad. No querían gastar energía, llamados por teléfono ni chequear la veracidad de la información. Tomaron como ejemplo al diario Clarín y crearon Barcelona. Utilizan el absurdo para dar cuenta de otro tipo de lectura de la realidad y de los medios. Recuperado de <http://revistabarcelona.com.ar/media-kit/larevista.php> y <http://www.conexionbrando.com/1606474> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹⁵⁸ Mayúsculas, N. del A.

¹⁵⁹ Recuperado de <http://revisbarcelona.com/fuera-de-joda/> - Última fecha de consulta: 2 de mayo de 2015.

¹⁶⁰ La Garganta Poderosa se define como “Revista de cultura villera, brazo literario del movimiento La Poderosa”. Es una publicación autogestionada que fue lanzada en 2010 por la organización social La Poderosa, nacida en el año 2004.

¹⁶¹ La Garganta Poderosa se refiere al piquete que organizaron los canillitas y que las revistas MU, Barcelona y la Garganta acompañaron.

*estas crisis se sale desde abajo y construyendo desde el presente lo que queremos para nuestro futuro. Un futuro en donde el periodismo vuelva a ser periodismo y los kioscos lugares de encuentro con diferentes miradas sobre la realidad, donde unos y otros, Editores Independientes y Canillitas, podamos vivir dignamente de nuestro trabajo.*¹⁶²

En septiembre de 2012, los integrantes de las revistas Barcelona, La Garganta Poderosa y MU, acompañaron el piquete realizado por los canillitas porteños frente al Centro de Distribución. Reclamaban a la Asociación de Editores de Revistas el restablecimiento del porcentaje histórico que alguna vez obtuvieron por su trabajo y que actualmente perdieron.

Lo llamativo es que el piquete impidió la salida a los kioscos de dichas revistas, sin embargo, desde AReCIA sostienen que están junto con los canillitas en la misma lucha y por tal motivo respaldaron el piquete y el proyecto que el Sindicato de Vendedores de Diarios y Revistas de la Ciudad de Buenos Aires (Sivendia), presentó y que fue acompañado por Andrés Larroque - diputado del Frente para la Victoria (FPV)-, con el objetivo común de derogar el Decreto N° 1025.

Las revistas culturales que se saben “empresas sociales de comunicación”¹⁶³, asumen el riesgo y el desafío cotidiano de desaparecer frente a las prácticas extorsivas de los grandes medios: Clarín y La Nación.

Frente a este estado de situación la única autoridad que puede regular el funcionamiento del sector es la Dirección de Fiscalización de Diarios y Revistas, que depende del Ministerio de Trabajo de la Nación. El Decreto N° 1025 limitó sus funciones: establece que el Estado no puede intervenir para regular el mercado.

Desde nuestro punto de vista, es falso, porque la presencia del Estado estuvo presente: fue el responsable de la creación de dicho decreto. Y sigue estando presente en dos hechos contundentes:

-Al no accionar contra los monopolios frente a las situaciones descriptas.

-Y al accionar en otro ámbito relacionado al desarrollado: reemplazó la anterior Ley de Radiodifusión N° 22.285, por la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, de la cual excluyó al periodismo gráfico.

¹⁶² Recuperado de <http://lapoderosa.org.ar/?p=9475> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

¹⁶³ Revistas culturales (01/12/2013). “Ley de medios: la hora de la palabra escrita”. Recuperado de <http://www.revistasculturales.org/ley-de-medios-la-hora-de-la-palabra-escrita/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

VII-CONCLUSIONES.

1-Desafíos de los medios autogestionados.

En esta tesina hemos analizado los aspectos fundamentales del periodismo autogestionado. El trabajo se dividió en siete partes principales que nos permitieron abordar la complejidad de los procesos autogestivos, poner en escenario el camino transitado por la cooperativa de trabajo lavaca Ltda., en particular y desarrollar los proyectos independientes en general a partir de la crisis de 2001.

En esta instancia, y a partir de lo planteado durante todo el trabajo, aparecen preguntas como:

¿Logran estas nuevas formas auto-sostenibles crear nuevas maneras de gestión?
¿Consiguen salir de las zonas marginales de producción? ¿O sólo se generan como refugio para vivir?

Ya mencionamos a Lourau (2005) y su texto *Instituido, instituyente, contrainstitucional*. Nos parece interesante traer dichos conceptos en este último apartado a modo de cierre.

Lo instituido es lo establecido. Lo instituyente se refiere a la potencia que cuestiona, a ese contrapeso permanente a lo establecido. Castoriadis (2005: 14) señala que existe un combate “monstruosamente desigual” porque la autonomía debe hacer frente a lo instituido por la sociedad. Es decir, podemos preguntarnos, como lo hace Lourau (2005: 127), si la autonomía está condenada a vivir en la marginalidad.

Y podemos responder que en el 2001 se manifestó un quiebre de la sociedad hacia las instancias representativas. Al grito de “Que se vayan todos, que no quede ni uno solo”, se sintetizó la desconfianza social hacia la clase política y las instituciones.

Algo pasó entre aquel 2001 y este 2015.

Pasó, retomando a Castoriadis, que se abrió un “espacio de interrogación sin límites (2005: 157). Lo afirma en relación a la libertad, la verdad y la autonomía, ya que aparecieron significaciones imaginarias sociales que alteraron el campo social e histórico. Se dictaron leyes propias, se trajeron saberes-hacer lúcidos y precisos que fueron gestando nuevos hechos.

La autogestión, toma forma de permanente construcción, en esa tensión constituida entre el deseo de llegar a ser, lo que se es y lo que se impone.

Es una lucha cotidiana de sujetos (individuales y colectivos) que cada día se aferran a la posibilidad y a su potencialidad.

Juan Pablo Hudson (2009: 59), señala que “(...) si la autonomía es un proyecto político-social es porque no se puede ser libre solo”.

De esto se trata este trabajo. Lo colectivo puede ser poderoso si se busca luchar contra las desigualdades proponiendo formas nuevas de construcción.

Las fábricas recuperadas, las cooperativas, las ferias de trueque, las asambleas barriales, los movimientos piqueteros, pusieron en marcha la autoorganización a través de formas autónomas de economía solidaria, alteraron y quebraron a la herencia neoliberal. Estas experiencias autogestionarias existen como portadoras de una memoria en donde las necesidades de una comunidad, de un grupo, son más urgentes que las políticas impuestas.

Zibechi (MU N° 62, 2013: 10) afirma: “El tiempo es cíclico, también para la emancipación y la lucha antisistémica”.

Hemos desarrollado las problemáticas que atraviesan los medios autogestionados y las batallas dadas para visibilizar sus necesidades.

La cuestión es cómo lograr que el mercado no ahogue las realidades de cada sector, que viven y desarrollan en permanente tensión.

Y como eruirse frente a un Estado que mira para otro lado cuando debe poner en marcha políticas y leyes que regulen y pongan freno a la concentración; y un Estado que busca cooptar espacios para controlarlos y debilitarlos.

La marcha de estos procesos va abriéndose camino y se activa a través de una diferenciación permanente.

Lo que aparece en el escenario son nuevas disputas culturales que conllevan nuevos cambios de roles y por supuesto: conflictos y rupturas.

“El proyecto de autonomía surge como un germen cuando una sociedad es capaz de dictarse sus propias leyes (*de ser*) en forma lúcida y reflexiva (...)”, afirma Hudson en su tesis (2009: 60).

A la fecha, nos encontramos con la Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina (AReCIA), fundada y presidida por Lavaca, que nuclea, a diciembre de 2014, 213 publicaciones en todo el país¹⁶⁴. Y los medios autogestionados, bajo la representación de AReCIA, tienen presentadas dos leyes en el Congreso Nacional en espera de ser aprobadas¹⁶⁵.

Salir del paradigma de la concentración es uno de los desafíos propuesto por los medios autogestionados.

Paradigma impuesto, desarrollado, multiplicado hasta formar gigantes, por una política neoliberal obscena y abusiva.

¹⁶⁴ Revistas culturales (02/2015). “Tercer informe sobre el sector de revistas culturales independientes y autogestionadas en Argentina Diciembre 2014” (ver Anexos). Recuperado de <http://www.revistas culturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf>

¹⁶⁵ El 13 de mayo de 2013 a través de AReCIA las revistas culturales presentaron un proyecto en el Congreso bajo el nombre de Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos). El 29 de octubre de 2013, el bloque de legisladores porteños de Nuevo Encuentro presentó en la Legislatura la Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (ver Anexos).

Salir de la concentración, es uno de los desafíos. Porque pasó el menemismo, pero a modo de campo minado, dejó y fijó estructuras que actualmente siguen consolidándose y mutando. Toman otras formas, agarran otras vías, pero siempre el fin es el mismo: engordar su propia bolsa.

Salir del paradigma de la concentración, significa muchas cosas. Antes que nada, implica pararse en otro lugar. Los medios autogestionados eligen la dispersión.

La dispersión como dinámica de producción económica y subjetiva.

La dispersión como modo de fluidez contra formas fijas y cerradas.

La dispersión contra la centralización y la acumulación.

La dispersión implica fallas, errores y muchas veces retroceso.

Pero, atentos: la dispersión no es sinónimo de fragmentación.

Es posibilidad de conexión con "el otro": alimenta la cooperación. Y posibilita la invención de lo cotidiano a partir de la diversidad, la pluralidad y la libertad de expresión.

Salir de la concentración implica que se debe batallar contra los oligopolios, que tienen dinero, que acceden a lugares de poder, son dueños de diarios, radios, canales de televisión, productoras, y otros etcéteras; que guardan la información bajo llave y utilizan el secreto como arma.

Actualmente todo el circuito está armando para que los grandes no pierdan.

Mientras tanto, los medios autogestionados utilizan sus tácticas y estrategias: la construcción desde abajo, por ejemplo.

La construcción desde abajo, implica muchas cosas. Por ejemplo: poner en movimiento nuevas formas de comercialización, de distribución, de venta.

Poner en juego la economía solidaria, tejiendo redes y por medio de ferias comercializar los productos. Es decir, crear nuevas redes de colaboración, y no fomentar la competencia. Es lo que están demostrando en esta batalla dada desde los medios autogestionados junto a los canillitas en contra de los monopolios periodísticos.

Queda mucho camino por recorrer.

Esperamos responder, de esta manera, a la pregunta realizada al comienzo de este apartado: "¿Logran estas nuevas formas auto-sostenibles crear nuevas maneras de gestión?"

Y si dirigimos la atención sobre las preguntas que le siguen: "¿Consiguen salir de las zonas marginales de producción? ¿O sólo se generan como refugio para vivir?"

La respuesta variará según el lugar en el cual estemos parados.

Partimos de la base que los medios autogestionados nacieron en los márgenes. Es decir, se saben antisistémicos y desde allí trabajan y batallan todos los días. Allí radica su potencia y su riqueza.

Si tomamos la segunda acepción de la palabra “marginal” que nos brinda el diccionario María Moliner (2007): “Secundario, no central”, podemos afirmar, según lo expuesto, que los medios autogestionados no constituyen lugares marginales.

Sí están en un estado de vulnerabilidad y a la intemperie frente al mercado, a las corporaciones y a un Estado que calla y otorga.

Pero no están en un lugar secundario ni al margen de ninguna situación.

Porque existe una disputa actual con los monopolios periodísticos que torna central su posición.

Porque exigen al Estado leyes que democratizen el mercado, garantizando que los medios autogestionados puedan desarrollar su existencia en igualdad de condiciones: sin trabas, sin extorciones, sin mafias, sin límites.

Porque exigen al Estado que dé lugar a la lucha contra las asimetrías.

Porque el Estado debe cumplir el rol de garantizar la democratización de la comunicación, fomentar la pluralidad de voces y poner freno a los pocos medios, pero grandes, que se llevan puesto el mercado.

La pauta oficial y privada es millonaria. Los medios autogestionados quedan fuera de ella. Como quedan fuera de los extorsivos negocios privados cuando imponen por la fuerza nuevas reglas de juego.

Los medios autogestionados están peleando contra los monopolios. Y consideran al Estado como su cómplice.

2- A modo de cierre.

Creemos, luego de lo desarrollado, que la política neoliberal sometió el Estado al mercado, intentando con esta maniobra centrar todos los sistemas productivos de la sociedad –de conocimientos, subjetividades y creaciones- a la concentración de poder y dinero en manos de corporaciones.

A modo de cierre, y para poder explicar la historia de vida de un contexto histórico que hemos tratado de desplegar durante toda la tesina, hablaremos de cuatro categorizaciones que denominamos: Invisibilización; Perversión; Exclusión; Enajenación.

Para dar entidad a estas cuatro categorías tomamos como punto de partida un texto introductorio del cuaderno “Presas” (sobre testimonio de las detenidas por manifestar en la Legislatura porteña y Caleta Olivia), producido por el Colectivo Situaciones y

lavaca¹⁶⁶, en el cual hablan de esos cuerpos que caen en el agujero negro, y por lo tanto, entran en “la inexistencia social”.

Entendemos por invisibilización el procedimiento mediante el cual los mecanismos de control del poder operan en un doble sentido. Por un lado, ocultan. Por el otro, encandilan para crear focos de atención. Invisibilidad es así un término que refiere tanto a lo que no se ve como a lo que se ve demasiado. Esto alcanza no sólo a sujetos y objetos sociales, sino, y a veces, fundamentalmente, a conceptos y sintáxis. Se crea así una herramienta de invisibilización que es el propio lenguaje. En tanto, controla no sólo aquello de lo que se habla o de lo que no se habla sino cómo se habla. Invisibilización por tanto, es una técnica de control político, en el sentido que le da Primo Levi¹⁶⁷: el de agujero negro.

El agujero negro no es sólo un lugar, es también una dinámica. Si funciona es porque su procedimiento es percibido por todos: difunde un sentimiento turbador de miedo, horror, rechazo (...) Y procede por anticipación: se adelanta a nuestras percepciones. Nos sorprende. Nos mantiene en estado de alerta constante. De manera que cuando creemos que sabemos conjurar un modo del agujero negro, ya tenemos que atender a su metamorfosis, a sus nuevas apariciones. (Colectivo Situaciones – lavaca)¹⁶⁸

Entendemos por perversión el mecanismo por el cual se genera una manera de relacionarse con la realidad que deja afuera todas las alternativas. No hay salida. Por lo tanto, la perversión es el mecanismo que niega la creación, que es su principal enemiga. La perversión degenera los sentidos, la forma en que percibimos no sólo la realidad, sino nuestra relación con ella. De manera tal, que perdemos la escala humana que tienen las posibilidades de cambio.

Construye una subjetividad, un yo que no sabe, no entiende, no puede. El sistema perverso necesita producir seres intercambiables y contrapuestos. Instala relaciones que deben dejar en claro que el que está al mando sabe, puede y debe dejarle en claro a los demás que los otros no.

¹⁶⁶ Colectivo Situaciones (07/12/2004). “Agujero Negro”. Recuperado de http://www.nodo50.org/colectivosituaciones/articulos_13.htm - Última fecha de consulta: 30 de junio de 2015.

¹⁶⁷ El 22 de enero de 1987 Primo Levi escribió en *La Stampa* un artículo titulado “El agujero negro de Auschwitz”. Levi habla del exterminio nazi y lo nombra: “‘agujeros negros’ destinados a hombres, mujeres y niños culpables sólo de ser judíos, ‘agujeros’ en los que no se bajaba de los trenes más que para entrar en las cámaras de gas, de las que nadie salió vivo”. Recuperado de [https://books.google.com.ar/books?id=wfeqbGv5Xr0C&pg=PA515&lpg=PA515&dq=%C2%ABEI+agujero+negro+de+Auschwitz%C2%BB+%E2%80%94+publicado+en+La+Stampa+\(22+de+enero+de+1987\).&source=bl&ots=MRuabvtfFK&sig=fIMXLcpw6e_ACNK8KFys2eoCuSA&hl=es-419&sa=X&ei=IMyeVZCCIsaPwgTOzpLYAw&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=%C2%ABEI%20agujero%20negro%20de%20Auschwitz%C2%BB%20%E2%80%94+publicado%20en%20La%20Stampa%20\(22%20de%20enero%20de%201987\).&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=wfeqbGv5Xr0C&pg=PA515&lpg=PA515&dq=%C2%ABEI+agujero+negro+de+Auschwitz%C2%BB+%E2%80%94+publicado+en+La+Stampa+(22+de+enero+de+1987).&source=bl&ots=MRuabvtfFK&sig=fIMXLcpw6e_ACNK8KFys2eoCuSA&hl=es-419&sa=X&ei=IMyeVZCCIsaPwgTOzpLYAw&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=%C2%ABEI%20agujero%20negro%20de%20Auschwitz%C2%BB%20%E2%80%94+publicado%20en%20La%20Stampa%20(22%20de%20enero%20de%201987).&f=false) – Última fecha de consulta: 09 de julio de 2015.

¹⁶⁸ Colectivo Situaciones (07/12/2004). “Agujero Negro”. Recuperado de http://www.nodo50.org/colectivosituaciones/articulos_13.htm - Última fecha de consulta: 30 de junio de 2015.

Y ese no, no es transitorio: es contundente.

Nunca podrán, nunca entenderán, nunca sabrán tanto como el que está al mando. Entendemos por enajenación su doble acepción, en tanto alienación y mercantilización. La alienación es el proceso mediante el cual todo aquello que creíamos entender se vuelve incomprensible.

Nos referimos a esos conocimientos básicos y fundamentales y que, por tanto, permiten a un ser humano manejarse y operar con la realidad. Entendemos por exclusión el juego que instala un peligro social: estar afuera, excluido. Un juego que refuerza la idea de que hay un adentro al que se debe pertenecer, llegar, conquistar, alcanzar, colonizar. Sacrificarse, esforzarse, sostenerse a lo largo del tiempo, perseverar, con el objetivo de finalmente procurar convertir en la senda que nos permita entrar a un lugar inaccesible, o cuanto menos, difícil de ser alcanzado, era la idea que construyó el paradigma del ascenso social durante décadas.

Podemos hablar de una máquina que funciona a partir de estos cuatro ejes, pero siempre y cuando entendamos que actúan de manera similar al modelo económico instalado por el neoliberalismo global. Neoliberalismo entendido no sólo como teoría económica, sino comprendido como el discurso hegemónico de un modelo civilizatorio en el cual incluido y excluido son ese todo del modelo que necesita dejar afuera, incompleto, inacabado mucho más de lo que permite satisfacer, completarse, finalizar, terminar. Esa incompletud es lo que necesita el modelo. Un modelo que necesita concentrar riquezas tiene que crear procesos de insatisfacción, objetivos frustrados que siempre se atribuyen a un defecto personal, como forma de quitar del foco de nuestra atención social a la propia.

Sólo la activación de estos cuatro mecanismos hicieron posible aquel titular que el 27 de junio de 2002 empapeló las portadas de Clarín: “La crisis causó 2 nuevas muertes. Suman 31 desde diciembre”¹⁶⁹.

Cuando Clarín habla de las dos muertes, no menciona que los fallecidos son Darío Santillán y Maximiliano Kosteki, los piqueteros asesinados el 26 de junio de 2002 en la estación Avellaneda. Cuando habla de crisis no menciona que los asesinos fueron integrantes de la Policía Bonaerense. Clarín, tenía la foto que incriminaba a los autores de la masacre. Fue sacada por José “Pepe” Mateo. Los editores de Clarín, el gran diario argentino, eligieron poner otra fotografía en tapa.

Hay que tener una sensibilidad especial para abrirse a lo nuevo, señala Juan Pablo Hudson (2009), en su tesis sobre fábricas recuperadas y retoma a Rolnik. “Se trata de

¹⁶⁹ Recuperado de <http://tapas.clarin.com/tapa.html#20020627> – Última de fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

(...) una fragilidad entendida como una condición para que el *otro*¹⁷⁰ deje ser simplemente un objeto de proyección de imágenes preestablecidas y pueda convertirse en una presencia viva”.

Como dicta Félix Guattari (2013), lo autogestivo es desterritorializar, conectar con antiguas estratificaciones, sobre todo dejar fluir la libido prisionera de investiduras. Y como señala Lourau (2005), no sólo la línea temporal nos determina, sino que los hacen todas aquellas luchas que no perduraron en el tiempo, pero que nos guían en el camino de la resistencia y de la rebeldía.

La construcción del periodismo autogestionado, nacido de las vísceras de la crisis de 2001, tomó fuerza cuando fueron los desocupados, los cartoneros, los piqueteros, los cuerpos caídos en aquel “agujero negro” que menciona Levi, los que salieron a incomodar con su presencia. Dieron a luz prácticas de autogestión: desplegaron un reservorio de saberes-hacer en medio de la precariedad, el desempleo y la pobreza. Y dieron clases de autoestima: si hay algo que sí supieron, fue creer fundamentalmente en ellos.

Deleuze (1995), afirma que el pensamiento no es una función natural. El pensamiento, al contrario, es una potencia que se materializa si hay un motor que lo violenta. El cuerpo está predispuesto para encontrarse con lo desconocido. Utiliza, entonces, la fisura abierta en el campo de la representación y adquiere la posibilidad de pensar.

Mientras los obreros recuperaban fábricas quebradas por sus ex dueños; las cooperativas comenzaban a multiplicarse; se gestaban asambleas en cada barrio; los piqueteros reclamaban y cortaban accesos; los cartoneros inundaban las calles, en medio de ese complejo contexto caracterizado por una masiva movilización social, nació lavaca y sus ganas de reinventar el oficio de informar.

El periodismo que da sentido a lavaca tiene “al otro” como motor.

La noticia deja de tener sentido concebida como mercancía y el mercado deja de ser su territorio, porque “el otro” adquiere entidad político y social.

La primera nota periodística que lavaca puso en circulación fue sobre los chicos muertos del 19/20 de diciembre. El 20/12/2010, en su página web, pusieron online la crónica que en aquella fecha habían enviado por mail a unas decenas de direcciones “con la esperanza de aportar algunos datos que transformaran la información sobre los muertos y heridos el 20 de diciembre en algo más que el mero número que daban cuenta los medios comerciales”¹⁷¹.

¹⁷⁰ Cursiva, N. del A.

¹⁷¹ lavaca (20/12/2010). “La primera crónica de lavaca”. Recuperado de <http://www.lavaca.org/notas/la-primera-nota-de-lavaca/> - Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

Lavaca piensa la comunicación en términos de abrazos. Cree que se deben crear lazos para fortalecer las identidades que luchan por dejar de ser lo que otros quieren que sean.

Es decir que el problema es el territorio mental. Es la cartografía instalada en el imaginario individual y colectivo lo que ellos proponen volver a dibujar al grito copiado del Movimiento de los Sin Tierra de Brasil: “Nadie manda si otro no obedece” (lavaca 2006: 29).

En el espacio social se desarrolla la autonomía. Espacio social del cual cada uno es soberano, actor y constructor. Porque la lavaca entiende la creatividad como instrumento de lucha. Por lo tanto, la acción creativa se vuelve una acción política.

Lavaca cree fundamentalmente en “los otros”. “Los otros” entendidos como seres incómodos, pero imprescindibles para existir. Los otros, los caídos en aquel “agujero negro” que señaló Levi. “Los otros”, los que son capaces de transformar su presente. Acuña lo afirma: “Corremos detrás de los que están creando un futuro que nos resulta siempre más interesante del que nosotros hubiésemos sido capaz de imaginar”.

Están construyendo un espacio propio no prestado por el orden social. “Todo orden es reaccionario”, dirán los periodistas de lavaca (MU N° 48, 2011: 20 y 21). Y lo dirán en relación al film “El Estudiante”, de Santiago Mitre. La película que habla sobre la democracia representativa analizada desde abajo. Y que habla fundamentalmente de una palabra. Habla del “no” y su poder en contraposición de todo lo que vienen a significar los sí no pronunciados. Y sus complicidades¹⁷².

Entienden que el periodismo se hace desde la trinchera. Es decir, ellos creen que las reglas no deben ni obedecerse ni romperse. Sino rebelarse a todas y cada de una de ellas. De esta manera creen que ya no hay posibilidad de derrota en algún proyecto comunicacional siempre y cuando, los integrantes estén dispuestos a pensar críticamente todos los componentes de sus modelos.

Lavaca habla de un sujeto social que se transforma en un medio de comunicación. Es decir que lo que le dará sentido no será ya la construcción de un medio, sino la de un mensaje.

Le da sentido a su fórmula: “El medio es el medio. El mensaje es el mensaje”.

¹⁷² Debemos mencionar que “El Estudiante”, cambió las reglas de Hollywood. El Oscar (Academy Award) fijó modificaciones para que películas filmadas en otros formatos que no sean en DCP o 35 mm, puedan participar de la premiación. Es un dato alentador. No desde el lugar de haber sido incluida en Hollywood, sino desde el lugar de las potencialidades. Que una película filmada con bajísimos recursos, (tanto es así que no se utilizaron extras por falta de dinero), llegue a cambiar las reglas del imperio de cine, es un dato a tener en cuenta. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1486358-el-oscar-cambia-por-el-estudiante>
- Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

Aparece un sujeto social que mediante formas artesanales de creación, de experimentación, de apropiación, reduce las distancias entre productor y consumidor. Surge una nueva subjetividad pensada como producción y no en términos de rupturas. Por lo tanto, lo que se pone en juego es esa urdimbre, esa construcción de carácter relacional. Fundamentalmente gestada a partir de volver a creer en ellos como trabajadores y como hacedores de poder poner en producción el lugar de trabajo de manera autónoma. Hay un saber-hacer que se encuentra y que ilumina el camino. Existe un hilo conductor que une sus publicaciones: construir formas de comunicación para recuperar el sentido de establecer relaciones (lavaca, 2006: 5).

Cambiaron el sentido de noticiabilidad. Quedó obsoleta la fórmula, repetida hasta el hartazgo: “es noticia el hombre que muerde al perro y no el perro que muerde al hombre”.

Para el colectivo no es noticia que se gesticule un nuevo medio autogestionado. Noticia es que todos los días centenares de medios autogestionados organicen su trabajo sin patrón. Así, se puede ver qué es lo que mantiene a estas organizaciones y lo que enfrentan: desde el compromiso hasta las extorsiones (lavaca, 2006).

“Para tornar visible una realidad cada vez más compleja no alcanza con verla. Es necesario sostener la mirada tanto como sea necesario” (lavaca, 2006: 42).

Y decir la verdad.

BIBLIOGRAFÍA.

ABATEDAGA, Nidia (2012): "Comunicación y subjetividades colectivas en trabajadores autogestionados de medios masivos". *El Cactus, Revista de Comunicación*, volumen 1, N° 1; Universidad Nacional de Córdoba.

ALSINA, Miguel Rodrigo (1989): *La construcción de la noticia*. Paidós, Madrid.

ANDUJAR, ANDREA (2005): "Mujeres piqueteras: la repolitización de los espacios de resistencia en la Argentina (1996-2001)". Informe final del concurso: *Poder y nuevas experiencias democráticas en América Latina y el Caribe*. Programa Regional de Becas CLACSO.

BAUMAN, Zygmunt (2008): *La Sociedad sitiada*. Fondo de Cultura Económica, Primera Edición, Quinta reimpresión, Buenos Aires.

BARANCHUK, Mariana (2010): *Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, en Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos*. Edita Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

BORRAT, Héctor (1989): *El periódico, actor político*. Ediciones Gustavo Gili, Barcelona.

CASTELLS, MANUEL (2001): "Globalización y antiglobalización", en *El País*. Recuperado de http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

CARRILLO NIETO, Juan José (2009): *Estrategias jurídicas de dominación neoliberal en América Latina: los casos de Argentina y México*. Tesis de Maestría, UNAM, Universidad Nacional Autónoma de México.

CASTORIADIS, Cornelius (1983): *La institución imaginaria de la sociedad, Vol. 1 y 2*. Tusquets, Buenos Aires.

CASTORIADIS, Cornelius (2004): *Sujeto y Verdad en el mundo histórico social*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.

CLASTRES, Pierre (2005): "Libertad, desventura, innombrable". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

COLOMBO, Eduardo (2005): "El Estado como paradigma de poder". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

COLOMBO, Furio (1998): *Últimas noticias sobre el periodismo*. Anagrama, Barcelona.

CORAGGIO, José Luis (2010): "Territorio y economías alternativas". Ponencia presentada en el I Seminario Internacional "Planificación regional para el desarrollo nacional. Visiones, desafíos y propuestas. La Paz, Bolivia, 30-31 de julio de 2009". Publicada en *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época n°18, pp. 7-30. Recuperado de: <http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/5138b6c063f68.pdf#page=45> - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

CORNELIO, Lucio (1978): *Introducción a la Autogestión*. El Cid Editor, Barcelona-Caracas.

DELEUZE, Gilles (1990): "Postdata a las sociedades de control". Revista *Babel* n° 21, Buenos Aires.

DELEUZE, Gilles (1995): *Proust y los signos*. Anagrama, Barcelona.

DELEUZE, Gilles (2005): "Postdata sobre las sociedades de control". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

DEL FRADE, Carlos (2014): *Ciudad blanca, crónica negra. Postales del narcotráfico en el Gran Rosario, Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires. Capitalismo y etapa superior del imperialismo*. Editorial Último Recurso, Rosario.

DIMARCO, Sabina A. (2005): "Experiencias de autoorganización en cartoneros: un acercamiento a la configuración de vínculos laborales, sociales y políticos en contextos de exclusión social". Informe final del concurso: *Partidos, movimientos y alternativas políticas en América Latina y el Caribe*. Programa Regional de Becas CLACSO. Recuperado de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2005/partijov/dimarco.pdf> - Última fecha de consulta: 19 de septiembre de 2015.

FERNANDEZ, Ana María (2006): *Política y subjetividad*. Tinta Limón, Buenos Aires.

FERRER, Christian (2004): *Cabezas de tormenta: ensayos sobre lo ingobernable*. Anarres, Buenos Aires.

FERRER, Christian (2005): *El lenguaje libertario. Antología del pensamiento anarquista contemporáneo*. Terramar, La Plata.

FERRER, Christian (s. f.): "Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía". Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

FIDALGO ALDAY I. y BULA H. E. (2013): "El trabajo audiovisual en los movimientos sociales del 2011. #NRVP como plataforma de producción, gestión e investigación sobre vídeo y política". (vol 8), 201-223 pp. Laboratorio de Creaciones Intermedia, Facultat BBAA de Sant Carles, Universitat Politècnica de València. Recuperado de [file:///C:/Users/Romina/Downloads/191721-691721-1-SM%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Romina/Downloads/191721-691721-1-SM%20(2).pdf) - Última fecha de consulta: 6 de noviembre de 2015

FORD A., RIVERA J. B., ROMANO E. (1985): *Medios de comunicación y cultura popular*. Editorial Legasa, Buenos Aires.

FOUCAULT, Michel (2002): *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Editora Siglo XXI, Buenos Aires.

FOUCAULT, Michel (2005): "Las redes del poder". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

FUENTES, Alma Delia (2001): *Periodismo "en línea": un nuevo prisma del ejercicio profesional*. Saladeprensa.org. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art298.htm> - Última fecha de consulta: 1 de junio de 2015.

GALINDO, M. Y SÁNCHEZ, S. (2007): *Ninguna mujer nace para puta*. lavaca Editora, Buenos Aires.

GARCÍA CALVO, Agustín (2005): "¿Qué es El Estado?". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1985): *Consumidores y Ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.

GARCÍA LEIVA, Trinidad (2008): "Fin del milenio: concentración, continuidad y control. Una mirada sobre las políticas de radiodifusión del gobierno de Fernando De la Rúa". En *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)* de Guillermo Mastrini (Editor). Editorial La Crujía, Buenos Aires.

GARCÍA VILLA, Hilda (2000): *El nuevo periodismo de Internet*. En Saladeprensa.org. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art168.htm> - Última fecha de consulta: 1 de junio de 2015.

GIL, Quim (1999): *Diseñando el periodista digital (II)*. Saladeprensa.org. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art90.htm> - Última fecha de consulta: 1 de junio de 2015.

GOMIS, Lorenzo (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós Comunicación, Barcelona.

GUATTARI, Félix (2013): "Autogestión y política del deseo". Capítulo extraído de *Líneas de fuga. Por otro mundo de posibles*, traducido y publicado por editorial Cactus, diciembre, 2013. Recuperado de <http://artilleriainmanente.blogspot.com.ar/2013/12/felix-quattari-autogestion-y-politica.html> - Última fecha de consulta: 02 de agosto de 2015.

GUATTARI F. y ROLNIK S. (2006): *Micropolítica. Cartografía del deseo*. Editorial Traficantes de sueños, Madrid.

GUILLÉN, Abraham (1988): *Economía libertaria. Alternativa para un mundo en crisis*. Fundación de Estudios Libertarios Anselmo Lorenzo, Bilbao.

HALL, Stuart (2003): "Introducción. ¿Quién necesita identidad?", en *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires.

HOLLOWAY, John (2002): *Cambiar el mundo sin tomar el poder*. Herramienta, Buenos Aires.

HOLLOWAY, John (2007): "La crisis del trabajo abstracto", material de discusión para el *III Coloquio Internacional de Teoría Crítica y Marxismo Occidental*, organizado por la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Buenos Aires, la Revista Herramienta, el I.A.D.E y el CEIL-PIETTE (CONICET), Buenos Aires.

HUDSON, JUAN PABLO (2009): *Procesos de recuperación de empresas por sus trabajadores: el desafío de la autogestión*. Tesis de Doctorado, UBA.FCS, Universidad de Buenos Aires, Carrera de Comunicación Social, Universidad Nacional de Rosario.

HUDSON, JUAN PABLO (2011): *Acá no, acá no me manda nadie: empresas recuperadas por obreros 2000-2010*. Tinta Limón, Buenos Aires.

LAMACCHIA, M. C. y GARAGNANI, M. A. L. F. (2008): *El espacio musical autogestionado. La Unión de músicos independientes (UMI)*. Tutor: Carlos Juárez Aldazábal, Tesina de la Carrera Ciencia de la Comunicación N° 1959, UBA.

LAMAS, ERNESTO (2003): *Gestión Integral de la Radio Comunitaria*. FES/Promefes, Quito.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2004): *Sin patrón. Fábricas y empresas recuperadas por sus trabajadores: una historia, una guía*. lavaca Editora, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2005): *Generación Cromañón. Lecciones de resistencia, solidaridad y rocanrol*. lavaca Editora, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2006): *El fin del periodismo y otras buenas noticias*. lavaca Editora, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (verano 2006-2007): "La sociedad en movimiento". En el periódico *MU* N° 1, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2011): "El mensaje es el mensaje". En el periódico *MU* N° 42, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2011): "Hacer lo imposible". En el periódico *MU* N° 45, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2011): "Trabajadores de otra clase". En el periódico *MU* N° 48, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2012): "Ser medio". En el periódico *MU* N° 58, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (verano 2012-2013): "Medios para todos". En el periódico *MU* N° 61, Buenos Aires.

LAVACA Cooperativa de Trabajo (2013): "Qué medios". En el periódico *MU* N° 62, Buenos Aires.

LEÓN CEDEÑO, Alejandra (2002): *Guía múltiple de la autogestión: un paseo por diferentes hilos de análisis*. Tesis de Maestría en Psicología Social Pontificia Universidad Católica de São Paulo. Recuperado de <http://www.inventati.org/ingobernables/textos/anarquistas/Alejandra%20Leon%20Cede%F1o%20-%20Gu%EDa%20m%FAltiple%20de%20la%20autogesti%F3n%20un%20paseo%20por%20diferentes%20hilos%20de%20an%20E1lisis.htm> - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

LONGONI A. y MESTMAN M. (1994): "Tucumán Arde: una experiencia de arte de vanguardia en los años sesenta". En *Causas y Azares*, nº 1, Buenos Aires.

LONGONI A. y MESTMAN M. (2000): *Del Di Tella a "Tucumán Arde". Vanguardia artística y política en el '68 argentino*. El cielo por asalto, Buenos Aires.

LOURAU, René (2005): "Instituido, instituyente, contrainstitucional". En *El lenguaje libertario: antología del pensamiento anarquista contemporáneo* de Christian Ferrer (Compilador). Terramar, La Plata.

LUCHESSI L. y MARTINI S. (2004): *Los que hacen la noticia, periodismo, información y poder*, Biblos, Buenos Aires.

MASTRINI, Guillermo (2013): "Medios públicos y derecho a la comunicación". En *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* de Mastrini G., Bizberge A., De Charras D. (Editores). La Crujía, Buenos Aires.

MASTRINI G. y BECERRA M. (2003): *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala*. Saladeprensa.org Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art473.htm> - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

MASTRINI G. y MESTMAN M. (1996): "¿Desregulación o rerregulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota". Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Política y Planificación de la Comunicación, Material de la Cátedra, Buenos Aires.

MASTRINI G. y MARINO S. (s. f.): "Al final del período. Los límites del progresismo Políticas de Comunicación en Argentina durante el gobierno de Néstor Kirchner". Políticas y Planificación de la Comunicación, Material de la Cátedra.

MATTINI, Luis (2000): *La política como subversión*. Editorial de la Campana.

MÉNDEZ N. y VALLOTA A. (2006): "Una perspectiva anarquista de la autogestión". En *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, Vol, 12, N° 1, pp. 55-72.

MESTMAN, Mariano (1992): *Estado y sistema de medios en Argentina 1966-1976*. UBA, mimeo.

MEZZADRA, Sandro (2012): "¿Cuántas historias del trabajo? Hacia una teoría del capitalismo poscolonial". Traducción de Expósito, Marcelo. Recuperado de <http://eipcp.net/transversal/0112/mezzadra/es> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

MILANO, Laura Vanesa (2013): *Disidencia sexual, arte y autogestión en la pospornografía*. Tutora: Mabel Campagnoli, Tesina de la Carrera Ciencia de la Comunicación N° 3037, UBA.

MINTZ, Frank (2011): "Autogestión en España (1936-39), Yugoslavia (1950-1986/1990) y Argentina (1996-2010)". En *Autogestión ayer y hoy. Experiencias y propuestas para otra sociedad posible*. C.C. de la Confederación General del Trabajo, Madrid.

MINTZ, Frank (s. f.): "La definición de la autogestión". Recuperado de <http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

MOLINER, María (2007): *Diccionario de uso del español, (1° ed.) (2 vols.)*. Editorial del Nuevo Extremo S. A., Buenos Aires.

MURARO, Heriberto (1987): "La comunicación masiva durante la dictadura militar y la transición democrática en la Argentina 1973-1986". En *Medios, transformación cultural y política*, O. Landi (Compilador). Legasa, Buenos Aires.

NAVARRO ZAMORA, Lizy (2001): *Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores*. Saladeprensa.com. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art253.htm> - Última fecha de consulta: 1 de junio de 2015.

NIETO A. e IGLESIAS F. (1993): *Empresa Informativa*. Ariel Comunicación, Barcelona.

PASTORE, Rodolfo E. (2010): "Un panorama del resurgimiento de la economía social y solidaria en la Argentina". En *Revista de Ciencias Sociales*, segunda época N°18, pp. 47-74.

PAVLIK, John V. (2005): *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Paidós Comunicación, Barcelona.

POUSADELA, Inés M. (2006): *Que se vayan todo: enigmas de la representación política*. Capital Intelectual, Buenos Aires.

RAFFIN, Marcelo (2008): "El pensamiento de Gilles Deleuze y Michel Foucault en cuestión: las ideas en torno del poder, el sujeto y la verdad". En *Lecciones y Ensayos*, N° 85, pp. 17-44.

RAMONET, Ignacio (2003): "Los medios y la globalización". Recuperado de <http://www.solidaridad.net/noticia/682/los-medios-y-la-globalizaci-o-n-por-ignacio-ramonet> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

REBÓN, Julián (2005): *Trabajando sin patrón. Las empresas recuperadas y la producción*. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, UBA.; Buenos Aires.

ROSSI, Diego (s. f.): "Estado, democracia y políticas públicas". Clase Teórica N° 2, Políticas y Planificación de la Comunicación, Carrera Ciencias de la Comunicación (UBA), Material de la cátedra.

RUGGERI, Andrés (2011): "Reflexiones sobre la autogestión en las empresas recuperadas argentinas". En *Estudios* N° 1-1, pp. 60-79. Recuperado de [http://www.recuperadasdoc.com.ar/04-Reflexiones sobre la autogestion en las empresas recuperadas argentinas.pdf](http://www.recuperadasdoc.com.ar/04-Reflexiones_sobre_la_autogestion_en_las_empresas_recuperadas_argentinas.pdf) - Última fecha de consulta: 31 de mayo de 2015.

RUGGERI, Andrés (2014): "Informe del IV relevamiento de Empresas Recuperadas en la Argentina. 2014. Las empresas recuperadas en el período 2010-2013". Programa Facultad Abierta SEUBE, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad de Buenos Aires. Recuperado de http://www.recuperadasdoc.com.ar/Informe_IV_relevamiento_2014.pdf - Última fecha de consulta: 07 de octubre de 2015.

SANGUINETTI, Ignacio Manuel (2009): "El modelo de negocio en la industria de los diarios argentinos". *Revista de Instituciones, Ideas y Mercados* N° 50. Recuperado de http://www.eseade.edu.ar/files/riim/RIIM_50/50_7_sanguinetti.pdf - Última fecha de consulta: 16 de agosto de 2015.

SCHORR M. y SANTARCÁNGELO J. (2001): "Dinámica laboral en la Argentina durante los años noventa: desocupación, precarización de las condiciones de trabajo y

creciente inequidad distributiva". 5° Congreso Nacional de Estudios del Trabajo de la UBA, Buenos Aires.

SEOANE, María (2007): *Rodolfo Walsh, la palabra no se rinde*. Fundación Octubre – Trabajadores de Edificios, Buenos Aires.

SIERRA, Francisco (2006): *Políticas de comunicación y cultura. Un nuevo marco para el desarrollo, en Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Gedisa, Barcelona.

STAKE, Robert E. (1999): *Investigación con estudios de casos*. Ediciones Morata S.L., Segunda Edición, Madrid.

TAYLOR, S. J. Y BOGDAN, R. (1986): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós, Buenos Aires.

TORRADO, Susana (2010): *El costo social del ajuste (Argentina 1976-2002) Tomo I*. Edhasa, Buenos Aires.

THWAITES REY, Mabel (2004): *La autonomía como búsqueda, el Estado como contradicción*. Prometeo, Buenos Aires.

TUCHMAN, Gaye (1978): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Ediciones Gustavo Gili, México.

VINELLI, Natalia (2002): *Ancla*. La Rosa Blindada, Buenos Aires.

WAHREN, Juan (2009): *Acciones colectivas, autogestión, territorios en disputa y nuevas identidades sociales: el caso de la UTD de Gral. Mosconi, Salta*. Maestría, UBA.FCS, Universidad de Buenos Aires. Facultad de Ciencias Sociales, Carrera de Sociología, 2009.

WEBER, Max (1975): *El político y el científico*. Alianza Editorial, Madrid.

ZIBECHI, Raúl (2006): *Dispersar el poder: los movimientos como poderes antiestatales*. Tinta Limón, Buenos Aires.

ZIBECHI, Raúl (2008): *Territorios en resistencia: cartografía política de las periferias urbanas latinoamericanas*. lavaca Editora, Buenos Aires.

ZIBECHI, Raúl (2011): *Política & miseria: una propuesta de debate sobre la relación entre el modelo extractivo, los planes sociales y los gobiernos progresistas*. lavaca Editora, Buenos Aires.

ZUGASTI, Paco y otros (2011): *Autogestión ayer y hoy. Experiencias y propuestas para otra sociedad posible*. C.C. de la Confederación General del Trabajo, Madrid.

Notas Periodísticas y Documentación:

Ajo

<http://www.revistaajo.com.ar/notas/580-el-periodismo-convencional-es-una-burocracia-gigantesca-slide.html> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015

Anden

<http://andendigital.com.ar/home/dialogos/596-dialogo-con-claudia-acuna-la-academia-en-comunicacion-esta-muerta-hace-anos-que-perdio-el-tren-anden-67> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

AReCIA

<http://www.revistasculturales.org/se-conformo-arecia/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/miembros/> - Última fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/juntos-en-la-diferencia/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/las-revistas-culturales-exigimos-la-democratizacion-de-la-prensa-grafica/> - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/wp-content/uploads/2015/02/censo2014.pdf> - Última fecha de consulta: 23 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/tercer-informe-sobre-el-sector/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/armamos-arecia-como-una-herramienta-para-dar-batalla-pero-tambien-para-construir/> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/arecia-denuncio-la-concentracion-de-medios-graficos-ante-la-cidh/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/ley-de-medios-la-hora-de-la-palabra-escrita/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/deci-mu-y-la-ley-de-revistas-culturales-que-lo-sepan-todos/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Artillería Inmanente

<http://artilleriainmanente.blogspot.com.ar/2013/12/felix-quattari-autogestion-y-politica.html> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

Asamblea del Pueblo
<http://www.asambleadelpueblocr.org/documentos/laautogestion.html> - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

Barcelona

<http://revistabarcelona.com.ar/media-kit/larevista.php> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

<http://revisbarcelona.com/fuera-de-joda/> - Última fecha de consulta: 2 de mayo de 2015.

Brando

<http://www.conexionbrando.com/1606474> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

Clacso

<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/2005/partijov/dimarco.pdf> - Última fecha de consulta: 19 de septiembre de 2015.

Clarín

<http://tapas.clarin.com/tapa.html#20020627> - Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

Colectivo Situaciones

http://www.nodo50.org/colectivosituaciones/articulos_13.htm - Última fecha de consulta: 30 de junio de 2015.

Complejo Histórico Cultural de las Manzanas de las Luces Manzana de las Luces

http://www.manzanadelasluces.gov.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=452:foro-social-de-revistas-culturales-independientes-y-autogestionadas&catid=20:conferencias&Itemid=18 - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Diario sobre diarios

http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/notas/4/305-la-otra-ley.php#.VfBqfhF_Oko -

Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

El País.es

<http://www.elpais.com/especiales/2001/antiglobalizacion/que.html> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

http://elpais.com/diario/2001/07/24/opinion/995925606_850215.html - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015.

El Patológico

<http://www.elpatologico.cl/wp-content/uploads/2013/07/Cerdos-Peces-Selecci%C3%B3n-de-textos.pdf> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015

Google

Books:

[https://books.google.com.ar/books?id=wfeqbGv5Xr0C&pg=PA515&lpg=PA515&dq=%C2%ABEI+agujero+negro+de+Auschwitz%C2%BB+%E2%80%94+publicado+en+La+Stampa+\(22+de+enero+de+1987\).&source=bl&ots=MRuabvtbFK&sig=fIMXLcpw6e_ACNK8KFys2eoCuSA&hl=es-419&sa=X&ei=IMyeVZCCIsaPwgTOzpLYAw&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=%C2%ABEI%20agujero%20negro%20de%20Auschwitz%C2%BB%20%E2%80%94%20publicado%20en%20La%20Stampa%20\(22%20de%20enero%20de%201987\).&f=false](https://books.google.com.ar/books?id=wfeqbGv5Xr0C&pg=PA515&lpg=PA515&dq=%C2%ABEI+agujero+negro+de+Auschwitz%C2%BB+%E2%80%94+publicado+en+La+Stampa+(22+de+enero+de+1987).&source=bl&ots=MRuabvtbFK&sig=fIMXLcpw6e_ACNK8KFys2eoCuSA&hl=es-419&sa=X&ei=IMyeVZCCIsaPwgTOzpLYAw&ved=0CCIQ6AEwAQ#v=onepage&q=%C2%ABEI%20agujero%20negro%20de%20Auschwitz%C2%BB%20%E2%80%94%20publicado%20en%20La%20Stampa%20(22%20de%20enero%20de%201987).&f=false)

- Última fecha de consulta: 09 de julio de 2015.

Herramienta

<http://www.herramienta.com.ar/coloquios-y-seminarios/material-de-discusion-para-el-iii-coloquio-internacional-de-teoria-critica-la> - Última fecha de consulta: 9 de julio de 2015.

<http://www.herramienta.com.ar/revista-herramienta-n-12/el-menemismo-el-contexto-internacional-de-la-decada-del-90> - Última fecha de consulta: 11 de octubre de 2015.

INAES

http://www.inaes.gob.ar/?page_id=696 - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

http://www.inaes.gob.ar/?page_id=2841 - Última fecha de consulta: 07 de junio de 2015.

<http://www.inaes.gob.ar/wp-content/uploads/2014/11/Res.-N%C2%BA324-94-INAC.pdf>

- Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

Indymedia

<http://argentina.indymedia.org/news/2008/11/636894.php> - Última fecha de consulta: 13 de septiembre de 2015.

Infojus

<http://www.infojusnoticias.gov.ar/opinion/symns-sobre-el-indio-solari-yo-lo-acuse-de-asesino-57.html> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015

Infoleg

<http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/60000-64999/64877/norma.htm> -
Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

La Izquierda Diario

http://www.laizquierdadiario.com/A-seis-anos-que-paso-con-la-Ley-de-Medios-Audiovisuales?utm_content=buffer0c3d9&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

La Nación

<http://www.lanacion.com.ar/1644728-a-la-grieta-la-instalaron-nessor-y-cristina> - Última fecha de consulta: 26 de julio de 2015.

<http://www.lanacion.com.ar/1644155-los-polemicos-discursos-de-jorge-lanata-y-reynaldo-sietecase-en-los-premios-tato-> - Última fecha de consulta: 26 de julio de 2015.

<http://www.lanacion.com.ar/1486358-el-oscar-cambia-por-el-estudiante> - Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

La Poderosa

<http://lapoderosa.org.ar/?p=9475> - Última fecha de consulta: 6 de septiembre de 2015.

lavaca

<http://www.lavaca.org/que-es-lavaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/la-primera-nota-de-lavaca/> - Última fecha de consulta: 12 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/recuadros/los-muertos-del-1920-de-diciembre-de-2001/> - Última fecha de consulta: 29 de mayo de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/cuando-el-trabajo-es-enemigo-del-hacer/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/naomi-klein-en-mu-punto-de-encuentro/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/las-practicas-monopolicas-en-la-prensa-grafica-una-respuesta-pendiente/> - Última fecha de consulta: 12 de julio de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/los-caminos-que-abrio-el-foro-social-de-revistas-culturales-independientes/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/ahora-ley-de-fomento-a-las-revistas-culturales-independientes-y-autogestivas/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/notas/la-otra-pata-de-la-ley-de-medios/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/category/deci-mu/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/deci-mu/narcosario-capital-de-una-provincia-formateada-para-el-lavado-de-dinero/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/deci-mu/deci-mu-el-papel-del-delito/> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

<http://www.revistasculturales.org/deci-mu-y-la-ley-de-revistas-culturales-que-lo-sepan-todos/> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

<http://www.lavaca.org/category/el-hombre-de-la-vaca/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/category/el-noticiero-de-los-juicios/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/category/crianzas/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://www.lavaca.org/category/lavacatv/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

<http://catedraautonoma.org.ar/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

Marcelo Expósito

http://marceloexposito.net/pdf/exposito_desobediencia.pdf - Última consulta: 6 de noviembre de 2015.

Ministerio de Cultura

<http://www.cultura.gob.ar/acciones/revistas-culturales-argentinas/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015.

http://revistas.cultura.gov.ar/?page_id=218 - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas

http://www.mecon.gov.ar/basehome/pdf/papel_prensa_informe_final.pdf - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

Página 12

<http://www.pagina12.com.ar/diario/ultimas/subnotas/20-68228-2014-06-06.html> - Última fecha de consulta: 9 de septiembre de 2015.

Pura Ciudad

<http://www.puraciudad.com.ar/desde-2010-el-clarin-es-el-diario-que-mas-bajo-sus-ventas/> - Última fecha de consulta: 15 de agosto de 2015

Rebelión

<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=26907> - Última fecha de consulta: 23 de agosto de 2015.

Revistas Culturales Argentinas

<http://www.cultura.gob.ar/acciones/revistas-culturales-argentinas/> - Última fecha de consulta: 17 de agosto de 2015

http://revistas.cultura.gov.ar/?page_id=218 - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

Sección Medios

<http://comision35medios.tumblr.com/> - Última fecha de consulta: 30 de agosto de 2015.

Solidaridad

<http://www.solidaridad.net/noticia/682/los-medios-y-la-globalizaci-o-n-por-ignacio-ramonet> - Última fecha de consulta: 2 de agosto de 2015.

TERRITORIOS

<http://www.darioaranda.com.ar/sobre-el-autor/> - Última fecha de consulta: 15 de septiembre de 2015.

Theyliewedie

http://www.theyliewedie.org/ressources/biblio/es/Cedeno_Alejandra_Leon_-_Guia_multiple_de_la_autogestion.htm - Última fecha de consulta: 7 de junio de 2015

Tiempo Argentino

<http://tiempo.infonews.com/nota/121075/lidia-papaleo-denuncio-por-escrito-como-fue-amenazada-y-torturada> - Última fecha de consulta: 5 de septiembre de 2015.

Último Round

<http://revistaultimoround.com.ar/sergio-ciancaglioni-hoy-la-libertad-de-expresion-no-es-la-de-los-medios-sino-la-nuestra/> - Última fecha de consulta 15 de septiembre de 2015.

Youtube

https://www.youtube.com/watch?v=5Vm48Eeb_Y – Última fecha de consulta: 15 de agosto de 2015.

Sitios Web consultados.

Anden <<http://andendigital.com.ar/>>

Agencia Paco Urondo <<http://www.agenciapacourondo.com.ar/>>

A/I <<http://www.inventati.org/es/about.html>>

Ajo <<http://www.revistaajo.com.ar/>>

AReCIA <<http://www.revistasculturales.org/>>

Artexto <<http://revista-artexto.blogspot.com.ar/>>

Artillería Inmanente <<http://artilleriainmanente.blogspot.com.ar/>>

Asamblea del Pueblo <<http://www.asambleadelpueblocr.org>>

Barcelona <<http://revistabarcelona.com.ar/>>

Boletín Oficial <<http://www.boletinoficial.gov.ar/Inicio/Index.castle>>

Brando <<http://www.conexionbrando.com/>>

Clacso <<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/>>

Clarín <<http://www.clarin.com>>

Colectivo Situaciones <<http://www.nodo50.org/colectivosituaciones>>

Crisis <<http://www.revistacrisis.com.ar/>>

Cultura Argentina <<http://www.cultura.gob.ar/>>

Diario sobre diarios < <http://www.diariosobrediarios.com.ar/>>

El Amante <<http://www.elamante.com/>>

El País <<http://www.elpais.com/>>

El Patológico <<http://www.elpatologico.cl/>>

Facebook <<http://www.facebook.com>>

Facultad de Ciencias Sociales -UBA- < <http://www.sociales.uba.ar/>>

FARCO <<http://www.farco.org.ar>>

Google Books <<https://books.google.com.ar/>>

Haciendo Cine <<http://www.haciendocine.com.ar/>>

Herramienta <<http://www.herramienta.com.ar/>>

INAES <<http://www.inaes.gob.ar/>>

Infojus <<http://www.infojus.gob.ar/>>

Infoleg < <http://www.infoleg.gov.ar/>>

Kooch <<http://www.kooch.com.ar/>>

La Garganta Poderosa <<http://lapoderosa.org.ar/> >

La Izquierda Diario < <http://www.laizquierdadiario.com/>>

La Nación <<http://www.lanacion.com.ar>>

La Poderosa <<http://lapoderosa.org.ar/>>

lavaca.org <<http://www.lavaca.org/>>

OSERA <<http://www.iigg.fsoc.uba.ar/empresasrecuperadas>>

Marcelo Expósito <<http://marceloexposito.net>>

Ministerio de Cultura <<http://www.cultura.gob.ar/>>

Ministerio de Economía y Finanzas Públicas <<http://www.mecon.gov.ar/>>

Mujeres Creando <<http://www.mujerescreando.org/>>

NaN <<http://lanan.com.ar/>>

Observatorio de la Discriminación en Radio y Televisión
<<http://www.obserdiscriminacion.gov.ar/>>

Página 12 <<http://www.pagina12.com.ar>>

Perfil <<http://www.perfil.com>>

Pura Ciudad < <http://www.puraciudad.com.ar/>>

Programa Facultad Abierta <<http://www.recuperadasdoc.com.ar>>

Rebelión <<http://www.rebellion.org/>>

Revista Dale <<http://www.revistadale.com.ar/>>

Revista El Teje <http://www.rojas.uba.ar/contenidos/revistas/index_revistas.php>

Revista Kine <<http://www.revistakine.com.ar/>>

Revista THC<<http://www.revistathc.com/>>

Revistas Culturales Argentinas <<http://www.cultura.gob.ar/>>

Sudestada <<http://www.revistasudestada.com.ar/web06/> >

Tiempo Argentino <<http://tiempo.infonews.com>>

Último Round <<http://revistaultimoround.com.ar/>>

Universidad Nacional de Quilmes <<http://www.unq.edu.ar>>

Youtube <<http://www.youtube.com>>

Proyectos de Ley y Leyes.

Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet. (Presentada para su discusión en el Congreso Nacional el 13 de mayo de 2013).

Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (Presentada en la Legislatura el 29 de octubre de 2013).

Ley de Cooperativas (promulgada en mayo de 1973) y la Ley de Cooperativas de Trabajo (Resolución 750/94).

Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA).

ANEXOS

Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet. (Presentada para su discusión en el Congreso Nacional el 13 de mayo de 2013).

PROYECTO DE LEY

PRODUCCION INDEPENDIENTE Y AUTOGESTIVA DE COMUNICACION CULTURAL POR MEDIOS GRAFICOS Y DE INTERNET: SE LA DECLARA PATRIMONIO CULTURAL ARGENTINO.

LEY DE PROMOCION DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE Y AUTOGESTIVA DE COMUNICACIÓN CULTURAL POR MEDIOS GRÁFICOS Y DE INTERNET

Título I

Objeto y definiciones

Artículo 1º: Patrimonio cultural argentino. Promoción de la diversidad cultural. El trabajo de producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y de Internet, es reconocido como patrimonio cultural argentino. Y en ese carácter es objeto de protección garantizando la diversidad cultural de nuestra Nación.

Artículo 2º: Objeto. La presente ley tiene por objeto el fortalecimiento de las empresas sociales dedicadas a la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios que utilicen soportes gráficos e Internet, mediante la creación de nuevos instrumentos y la actualización de los vigentes, para alcanzar un desarrollo más integrado, equitativo y eficiente de la estructura productiva.

Artículo 3º: Autoridad de aplicación. Funciones. El Poder Ejecutivo debe establecer el ente que se desempeñará como autoridad de aplicación-

Es función de la autoridad de aplicación definir las características de las empresas sociales destinatarias de los distintos instrumentos promocionales contenidos en el presente régimen legal.

Se debe dictar un reglamento que contemple las especificidades propias de los distintos sectores y regiones y con base en los siguientes atributos de las mismas, o sus equivalentes:

- a) personal ocupado,
- b) población destinataria
- c) valor social de los activos aplicados al proceso productivo.

La autoridad de aplicación debe proceder a conceder y cancelar los beneficios conforme a lo determinado en el título VI, cumpliendo el reglamento que se dicte al efecto.

Artículo 4º Selección de los destinatarios. Prioridad. Los beneficios de esta ley son destinados prioritariamente a cooperativas, asociaciones civiles y pequeñas y medianas unidades productivas. No pueden ser beneficiarias a los efectos de la implementación de los distintos instrumentos del presente régimen legal, las empresas que, aun reuniendo los requisitos cuantitativos establecidos por la autoridad de aplicación, estén vinculadas o controladas por empresas o grupos económicos nacionales o extranjeros que no los reúnan.

Título II

Beneficios especiales.

Artículo 5º -

Tratamiento especial. Aspectos impositivos: Las empresas sociales encuadradas por este régimen gozan de los siguientes beneficios especiales en materia de tratamiento impositivo y derechos de importación y exportación:

- a) Exención en el impuesto a las ganancias por las utilidades que generen (Ley de Impuesto a las Ganancias (texto ordenado 1997) y sus modificaciones o la que la remplace).
- b) Exención en el impuesto al valor agregado de toda la operatoria que se desarrolle con motivo de los mismos (Ley de Impuesto al Valor Agregado (texto ordenado 1997) y sus modificaciones o la que la remplace),
- c) Derecho a la Importación de maquinaria, equipo y piezas necesarias, destinados a la producción; d) Derecho a la Importación de insumos; e) Derecho a la exportación de las publicaciones elaboradas, incluyendo el impuesto al Valor Agregado.

Tratamiento especial. Aspectos productivos En materia de distribución y circulación de las revistas producidas por las empresas sociales encuadradas por el presente régimen, y de acuerdo al interés expresado por esta norma, la autoridad de aplicación contemplará las medidas necesarias para garantizar, proteger y privilegiar su circulación por los canales tradicionales de la actividad.

Título III

Acceso al financiamiento

CAPITULO I

Fondo Nacional de Desarrollo para la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural Independiente

Artículo 6°. Creación y objeto del Fondo. Se crea el Fondo Nacional de Desarrollo para la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural Independiente con el objeto de realizar aportes de capital y brindar subsidios a mediano y largo plazo para inversiones productivas a las empresas sociales y formas asociativas comprendidas en el artículo 1° de la presente ley, bajo las modalidades que establezca la reglamentación.

Artículo 7° - Fideicomiso. A los efectos del artículo anterior, se constituye un fideicomiso financiero en los términos de la ley 24.441, por el cual, el Poder Ejecutivo, a través del Ministerio de Economía, como fiduciante, encomendará al Banco de la Nación Argentina (fiduciario), la emisión de certificados de participación en el dominio fiduciario del Fondo Nacional de Desarrollo para la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural Independiente. Este dominio está constituido por las acciones y títulos representativos de las inversiones que realice. Dicho Fideicomiso no puede ser inferior al 20 por ciento del presupuesto de la publicidad oficial destinado a pautar en medios televisivos, radiales y gráficos.

La autoridad de aplicación de la presente ley debe remitir para aprobación del Poder Ejecutivo el respectivo contrato de fideicomiso.

CAPITULO II

Acceso al crédito

Artículo 8°. Bonificación de tasas de interés. Se establece un régimen de bonificación de tasas de interés para las empresas sociales enmarcadas en la presente ley, tendiente a disminuir el costo del crédito. El monto de dicha bonificación debe ser establecido en la respectiva reglamentación.

Se debe favorecer con una bonificación especial a las empresas sociales, nuevas o en funcionamiento, localizadas en los ámbitos geográficos que reúnan alguna de las siguientes características:

- a) Regiones en las que se registren tasas de crecimiento de la actividad económica inferiores a la media nacional;
- b) Regiones en las que se registren tasas de desempleo superiores a la media nacional.

Artículo 9°. - Presupuesto: La autoridad de aplicación debe proceder a distribuir el

Presupuesto total anual que se asigne al presente régimen, en forma fraccionada y en tantos actos como estime necesario y conveniente, adjudicando los cupos de créditos a las entidades financieras que ofrezcan las mejores condiciones a los solicitantes.

Artículo 10º. - Adjudicación de cupos. Rendición de cuentas. Las entidades financieras no pueden ser adjudicatarias de nuevos cupos de crédito, hasta tanto realicen la correspondiente presentación de Rendición de Cuentas. Deben haber acordado préstamos por el equivalente a un porcentaje determinado por la autoridad de aplicación de los montos que les fueran asignados.

Artículo 11º. Tratamiento igualitario. Las entidades financieras participantes deben comprometerse a brindar un tratamiento igualitario para todas las empresas sociales, hayan sido o no previamente clientes de ellas, y no pueden establecer como condición para el otorgamiento de los préstamos a tasa bonificada la contratación de otros servicios ajenos a aquellos.

Título IV

Acceso a licitaciones y concursos

Artículo 12º. - Derecho de preferencia: Las jurisdicciones y entidades del sector público nacional comprendidas en el artículo 8º de la ley 24156 (sustituido por art. 8 de la Ley N° 25.827) deben otorgar un derecho de preferencia del cinco por ciento (5%) para igualar la mejor oferta y ser adjudicatarias de las licitaciones o concursos para la provisión de bienes o servicios, a las empresas sociales y formas asociativas comprendidas en el artículo 1º de la presente ley que ofrezcan bienes o servicios producidos en el país.

Artículo 13º Beneficio complementario cuando solo compitan empresas sociales: Se establece complementariamente, un porcentaje del diez por ciento (10%) al quince por ciento (15%) en las licitaciones y concursos relativos a la adquisición de bienes y servicios donde solamente compitan empresas sociales.

Artículo 14º. Comprensibilidad: Los pliegos de las licitaciones y concursos deben estar redactados en condiciones comprensibles y según una normativa que facilite la cotización por parte de las empresas sociales

Artículo 15º. Régimen de compras especial: Se faculta al Poder Ejecutivo para establecer un régimen de compras que permita a los citados organismos contemplar ofertas por volúmenes parciales, con el propósito de facilitar e incrementar la participación de las empresas sociales en la adjudicación de las licitaciones y concursos relativos a la adquisición de bienes y servicios en cantidades acordes con su escala de producción.

Artículo 16º. - Invitación a dictar medidas promocionales en el ámbito de las competencias locales. Se invita a las provincias y al Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires a adoptar en sus respectivos ámbitos medidas promocionales y fiscales similares a la prevista en el presente título.

Título V

Difusión y Circulación

Artículo 17º. Adquisición de lotes sustanciales de productos culturales amparados por esta ley: Los Ministerios de Cultura y Educación, deben destinar partidas para la adquisición de lotes sustanciales de cada publicación producida bajo el presente régimen de promoción. Queda expresamente vedada la evaluación de la publicación por motivos políticos, religiosos, morales, o de cualquier género discriminatorio. Las publicaciones así adquiridas se deben destinar exclusivamente a las bibliotecas escolares y públicas.

Artículo 18º.- Promoción y divulgación de las publicaciones. Las empresas estatales de radio, prensa, televisión y las demás que como medio de comunicación se creen, deben facilitar tiempo y espacio preferenciales con objeto de promover y divulgar las publicaciones producidas bajo el presente régimen de promoción.

Artículo 19º.- Preferencias sectoriales: El Ministerio de Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas debe otorgar tarifas postales preferenciales a las empresas sociales de este sector.

Adquisición y Cancelaciones de los beneficios promocionales

Artículo 20º.- Adquisición de beneficios: Las personas individuales o jurídicas que aspiren a obtener los beneficios de esta Ley deben presentar su solicitud a la Autoridad de Aplicación, con los datos y requisitos que determinan el respectivo reglamento.

Artículo 21º. Cancelación del registro acreditante para ser sujeto de promoción.: La autoridad de aplicación debe cancelar el registro y el acuerdo de calificación de las empresas sociales como beneficiarias de esta Ley en los siguientes casos:

- a) Utilización de la materia prima, los insumos o maquinaria importados bajo el sistema de beneficios, en fines distintos a la producción autónoma de comunicación social;
- b) Quiebra o disolución de la empresa beneficiaria sin el previo dictamen del Ministerio público que confirme la fuerza mayor o la falta de culpa de la empresa social en el hecho;
- c) Si la empresa social beneficiaria no desarrolla su programa de publicaciones dentro de los plazos y de los términos que consten en la solicitud presentada ante las autoridades de aplicación de los beneficios consagrados por la presente ley;
- g) Cuando la empresa social beneficiaria no cumple sus compromisos contractuales en lo relacionado a derechos de terceros, previa calificación de culpabilidad por un tribunal

CAPITULO VIII

Disposiciones Finales

Artículo 22º.- La Autoridad de aplicación debe reglamentar la presente ley en el término máximo de ciento ochenta (180).

Artículo 23º.- Comuníquese al Poder Ejecutivo.

FUNDAMENTOS

Señor presidente:

Esta ley viene a saldar una vieja deuda de la democracia con el periodismo cultural independiente. Podríamos apelar a la historia para fundamentarla porque es claro que sin publicaciones culturales independientes no hubiera habido voces que se alzaran contra las dictaduras militares ni de mercado. Sin embargo, esta ley es hija del presente.

Es un reconocimiento a la edición cultura independiente y autogestiva que ha permitido expresar voces, producciones y realidades que encuentran en estos espacios el apoyo necesario para difundir la multiplicidad de creaciones culturales que nos enriquecen.

Es, además, una forma de saldar la deuda que con el sector tiene la Ley de Servicios Audiovisuales, instrumento que ha significado la democratización de los espacios televisivos y radiales, pero ha omitido a las publicaciones culturales gráficas y de Internet, independientes y autogestivas, sin las cuales esa misma ley no hubiese contado con canales de debate y difusión entre los diferentes actores sociales que la hicieron posible. Este no es más que un ejemplo -importante, pero no aislado- de la tarea social que cumple el sector: la batalla que allí se libra cotidiana y sostenidamente contra la monopolización no sólo de productos, sino de contenidos. No sólo de voces, sino de estéticas.

No se trata sólo de ideas, sino de futuros posibles. La edición cultural independiente y autogestiva es, por eso mismo, diversa y múltiple; crítica y comprometida. Es un hecho que hasta hoy esa heterogeneidad ha sido posible gracias a un doble esfuerzo: de editores y de lectores. No hay publicación cultural independiente y autogestiva sin públicos capaces de sostenerla. La presente ley es, entonces, una forma de saldar -y también reconocer- la fortaleza de ese vínculo.

Pero toda ley es, además, una política hecha acto. Esta viene a señalar, visibilizar y consagrar socialmente que otra forma de comunicación es posible. Una forma de comunicación que aliente el desarrollo de un tipo de profesional capaz de gestionar en grupo una empresa social que responda solo a los intereses de su comunidad de lectores.

Una forma de comunicación que no aliente la competencia, sino la convivencia de diferentes modos de percibir y expresar la vida. Una forma de comunicación que no busca el lucro, sino la sostenibilidad de cada proyecto. Una forma de comunicación cuya medida de éxito no es el crecimiento individual, sino el colectivo: las publicaciones culturales independientes y autogestivas serán cada vez más importantes si crecen en cantidad de títulos porque así se estarán multiplicando públicos, ideas y creaciones.

Los objetivos

La presente ley tiene un objetivo claro y específico el cual consiste en materializar mediante los artículos que lo integran un emprendimiento de planificación y producción comunicacional cultural desde una perspectiva autogestiva, propiciando además las condiciones necesarias para generar formas concretas de vinculación con el desarrollo de la actividad económica, a través de las empresas sociales.

Debemos destacar que los medios de comunicación constituyen el origen de la denominada "cultura de masas", de donde se nutre cultural e intelectualmente un alto porcentaje de la población, lo que hace que la estructura social sea más homogénea.

Por otro lado el proyecto objeto de análisis, contiene la combinación de los tradicionales medios gráficos de producción cultural, pero a la vez, amplía el espectro de cobertura, ante los cambios producidos en el campo de la comunicación en la sociedad, a partir del desarrollo de las llamadas "Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación", como lo es Internet. En este contexto se visualiza un nuevo escenario con nuevas herramientas, como así también los nuevos perfiles del comunicador. Arrojando como resultado que mediante la utilización de la web, se genera un canal de distribución facilitando el acceso a la información.

Por otra parte, en el contexto económico mundial se ha demostrado que las pequeñas y medianas unidades productivas; poseen ciertas ventajas que le permiten adaptarse favorablemente a los cambios estratégicos relacionados con su desarrollo. En estas condiciones la posibilidad de desarrollo de las empresas sociales, dependen de la creación de ventajas competitivas, las cuales son otorgadas a lo largo del proyecto. A modo de ejemplificación se enumeran los beneficios impositivos, el acceso al financiamiento, al crédito, como así también a licitaciones y concursos. Por otra parte resulta de interés remarcar que se regula una bonificación especial basada en criterios de regionalización, considerando las tasas de desempleo y la tasas de crecimiento de la actividad económica en comparación con la media nacional.

Por los motivos expuestos y siendo evidente la necesidad de contar con la presente herramienta legislativa, se solicita al Congreso de la Nación, su tratamiento a fin de convertirlo en Ley, considerando la carencia de fomento a la producción cultural independiente y autogestiva, la cual constituye una clave para poner en marcha, sostener y hacer crecer redes sociales de comunicación.

Ley de Promoción de la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural por Medios Gráficos y de Internet (Presentada en la Legislatura el 29 de octubre de 2013).

PROYECTO DE LEY

LEY DE PROMOCION DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE Y AUTOGESTIVA DE COMUNICACIÓN CULTURAL POR MEDIOS GRÁFICOS Y DE INTERNET

TITULO I - DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1°.- Objeto. La presente ley está dirigida a proteger y fomentar la producción independiente y autogestiva de la comunicación cultural por medios que utilicen soportes gráficos e internet y que tengan su principal centro de producción en la Ciudad de Buenos Aires.

Artículo 2°.- Patrimonio cultural. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires reconoce al trabajo de producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y de Internet como parte integrante de su patrimonio cultural.

TITULO II - REGISTRO

Artículo 3.- Creación del Registro. Crease el Registro de Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural (REdiACC) de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en el ámbito del Ministerio de Cultura de la Ciudad o el organismo que en el futuro lo reemplace.

Artículo 4.- Inscripción. La inscripción en el REdiACC es gratuita y podrá realizarse en cualquier momento, sin ser un requisito obligatorio para el funcionamiento de las editoriales en el ámbito de la Ciudad.

Artículo 5° - Requisitos para la Inscripción. Para ingresar en el REdiACC las Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural, deben cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Forma societaria: estar constituidas como cooperativas, asociaciones civiles y/o pequeñas y medianas unidades productivas;
- b) Periodicidad: acreditar anualmente la edición de un mínimo de dos publicaciones en serie continua con un mismo título a intervalos regulares de modo que los ejemplares de la serie lleven una numeración correlativa o estén fechados consecutivamente.

En el caso de nuevas publicaciones, si se tratare de revistas bimestrales o de periodicidad menor, las editoriales deben acreditar haber publicado al menos tres números consecutivos con anterioridad a la presentación de la solicitud de inscripción al REdiACC. Si se tratare de revistas de periodicidad mensual, será necesario haber publicado al menos seis números;

- c) Tiraje: acreditar mediante factura o certificación de imprenta emitida por el taller de impresión, una tirada mínima de mil ejemplares anuales en el caso de las publicaciones gráficas.

Las editadas en formato digital deben acreditar una actualización como mínimo mensual;

d) Radicación: acreditar domicilio en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

f) Contenido: el contenido de la publicación no deberá atentar contra los principios establecidos en la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la Constitución Nacional y los Tratados Internacionales de Derechos Humanos, especialmente el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos y la Convención Americana sobre los Derechos Humanos.

Artículo 6.- Actualización de datos. Para permanecer en el Registro, las Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural deberán actualizar cada año en el período establecido por la autoridad de aplicación los datos que acrediten que se mantiene el cumplimiento de los requisitos establecidos en el artículo 5°.

Artículo 7.- Cancelación de la inscripción. La autoridad de aplicación cancelará la inscripción en el registro en los siguientes casos:

a) Utilización de la materia prima, los insumos o maquinaria adquiridos bajo el sistema de beneficios, en fines distintos a la producción independiente y autogestiva de la comunicación cultural;

b) Disolución de la editorial beneficiaria;

c) Incumplimiento del requisito establecido en el artículo 5°, inciso f).

TITULO II - REGIMEN DE PROMOCION

Capítulo I

Fondo para la Producción de Comunicación Cultural Independiente

Artículo 8.- Creación del Fondo. Crease el Fondo para la Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural.

Artículo 9.- Objeto del Fondo. Son objetivos del fondo:

a) Otorgar subsidios para inversiones productivas de las Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural inscriptas en el REdiACC;

b) Fomentar la constitución de nuevas editoriales que generen producciones independientes y autogestivas de la comunicación cultural.

Artículo 10.- Composición del Fondo. El Fondo para Producción Independiente y Autogestiva de Comunicación Cultural estará integrado por el doce por ciento (12%) de los recursos recaudados en concepto de contribución por publicidad.

Capítulo II

Fomento de nuevas editoriales

Artículo 11.- Concurso: Con el objeto de promover la creación de nuevas editoriales independientes y autogestivas de la comunicación cultural la autoridad de aplicación convocará anualmente a un concurso de publicaciones culturales independientes y autogestivas destinado a premiar a los mejores proyectos otorgándoles un subsidio durante un año para realizar inversiones productivas.

Acceso al crédito

Artículo 12.- Líneas de crédito accesibles. El Banco Ciudad de Buenos Aires establece un régimen de bonificación de la tasa de interés de los créditos destinados a la Producción de Comunicación Cultural Independiente y Autogestiva por las editoriales inscriptas en el REDIACC.

Capítulo III

Publicidad

Artículo 13.- Publicidad oficial. Respetando criterios de equidad en la distribución de publicidad oficial, la Ciudad de Buenos Aires buscará asignar publicidad oficial dentro de las revistas producidas por las editoriales inscriptas en el REDIACC.

Según los objetivos de las principales campañas de comunicación y el perfil de los destinatarios de las políticas, programas y servicios que se busque difundir, la Autoridad de Aplicación definirá el porcentaje de pauta publicitaria a otorgar a las publicaciones culturales independientes y autogestivas.

Capítulo IV

Difusión

Artículo 14.- Difusión. Se garantiza la más amplia difusión y promoción de las publicaciones producidas por las editoriales inscriptas en el REDIACC en el circuito de Espacios Culturales establecido en la Ley 3724.

Artículo 15.- Promoción y divulgación de las publicaciones. La señal de cable Ciudad Abierta, LS1 Radio Ciudad y los demás medios de comunicación públicos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y los que a futuro puedan crearse destinan tiempo y espacio preferenciales con el objeto de promover y divulgar las publicaciones producidas por las editoriales inscriptas en el REDIACC.

TITULO IV - AUTORIDAD DE APLICACIÓN

Artículo 16.- .Autoridad de aplicación. El Ministerio de Cultura de la Ciudad de Buenos Aires es la autoridad de aplicación de esta ley.

Artículo 17.- Funciones: Son funciones de la autoridad de aplicación:

- a) Llevar el Registro de Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural;
- b) Otorgar y cancelar las inscripciones en el REDIACC;
- c) Promover y difundir la inscripción de las editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural en el REDIACC;

- d) Administrar el Fondo para la Producción independiente y autogestiva de comunicación cultural;
- e) Promover la realización de un concurso anual para la conformación de nuevas editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural;
- f) Promover y difundir los créditos con tasas accesibles del Banco Ciudad de Buenos Aires;
- g) Adoptar las medidas necesarias para garantizar y proteger la distribución y circulación de las publicaciones producidas por las editoriales inscriptas en el REIACC por los canales tradicionales de la actividad.

Artículo 19. -

Las sanciones económicas o multas judiciales, administrativas o de origen tributario que afecten a las revistas culturales independientes y autogestionadas sólo podrán ser ejecutadas judicialmente contra activos que no resulten, directa o indirectamente, imprescindibles para el ejercicio de tal actividad

Artículo 19.- Disposiciones Finales. La Autoridad de aplicación debe reglamentar la presente ley en el término máximo de sesenta (60) días.

FUNDAMENTOS

Sra. Presidenta:

El presente proyecto de ley tiene como objetivo saldar una vieja deuda de la democracia con la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural a través de un reconocimiento a las publicaciones que han permitido expresar una multiplicidad de voces, producciones y realidades.

A los fines de este proyecto se entiende como "comunicación cultural" a aquellas publicaciones que, mediante la investigación, creación, difusión, intervención y crítica de sus contenidos, suponen un aporte al acervo social y que versen, entre otras, sobre las siguientes materias: historia, sociología, política, filosofía, psicología, y demás ciencias, literatura, música, arquitectura, artes plásticas, diseño, artes audiovisuales, comics, humor, cine, teatro, danza y demás formas de expresión artística. Asimismo son "publicaciones de carácter independiente y autogestiva" aquellas que no pertenecen a empresas o sociedades que desarrollen otras actividades con fines comerciales, con excepción de las actividades que tengan como finalidad sostener la edición de la publicación cultural.

La promoción de este tipo de producción adquiere especial relevancia en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires donde se editan el 40% de las publicaciones culturales de todo el país. Por ello, además de reconocerlas como patrimonio cultural porteño, resulta fundamental consagrar un régimen de promoción y fomento que les permita

continuar desarrollándose en el sector, a la vez que incentivar la creación de nuevas editoriales y publicaciones.

Este proyecto se hace eco de lo establecido en el artículo 32 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires: *"la Ciudad distingue y promueve todas las actividades creadoras. Garantiza la democracia cultural; asegura la libre expresión artística y prohíbe toda censura; facilita el acceso a los bienes culturales; fomenta el desarrollo de las industrias culturales del país; propicia el intercambio; ejerce la defensa activa del idioma nacional; crea y preserva espacios; propicia la superación de las barreras comunicacionales; impulsa la formación artística y artesanal; promueve la capacitación profesional de los agentes culturales; procura la calidad y jerarquía de las producciones artísticas e incentiva la actividad de los artistas nacionales; protege y difunde las manifestaciones de la cultura popular; contempla la participación de los creadores y trabajadores y sus entidades, en el diseño y la evaluación de las políticas; protege y difunde su identidad pluralista y multiétnica y sus tradiciones. Esta Constitución garantiza la preservación, recuperación y difusión del patrimonio cultural, cualquiera sea su régimen jurídico y titularidad, la memoria y la historia de la ciudad y sus barrios"*.

Así es que siguiendo los lineamientos de UNESCO en materia de protección del patrimonio cultural, proponemos incorporar a la producción independiente y autogestiva de comunicación cultural por medios gráficos y de internet, como parte integrante del patrimonio cultural de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en los términos del art. 4 inc. j de la ley 1.227

Por otro lado, y a fin de acceder a los beneficios que se proponen en este proyecto, se establece la creación de un Registro de Editoriales Independientes y Autogestivas de la Comunicación Cultural (REdIACC). Entre los mecanismos previstos para el fomento de la producción mencionada, el proyecto incluye la creación de un Fondo integrado por un porcentaje de los recursos recaudados en concepto de contribución por publicidad, el otorgamiento de facilidades para el acceso al crédito y un concurso anual para promover la conformación de nuevas editoriales.

Como se mencionó, resulta fundamental fomentar y promover la producción independiente y autogestiva de producción cultural de modo de garantizar la pluralidad de voces en la Ciudad en pos de profundizar la democracia.

En la redacción de este proyecto hemos trabajado junto a integrantes de la Asociación de Revistas Culturales e Independientes de Argentina -AReCIA-, organización que agrupa a revistas de todo el país, entre las que las que las radicadas en la Ciudad de Buenos Aires representa un porcentaje mayoritario como ya hemos mencionado.

Esta propuesta de ley reconoce también como antecedente el proyecto de "LEY DE PROMOCION DE LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE Y AUTOGESTIVA DE COMUNICACIÓN CULTURAL POR MEDIOS GRÁFICOS Y DE INTERNET" (expte. N° 3000-D-2013) en tratamiento actualmente en la Honorable Cámara de Diputados de la Nación.

Por todo lo expuesto, solicitamos Señora Presidenta la aprobación del presente proyecto de ley

Tercer Informe sobre el sector de Revistas Culturales realizado en Diciembre de 2014.

Censo 2014 realizado por AReCIA.

Recuperado de

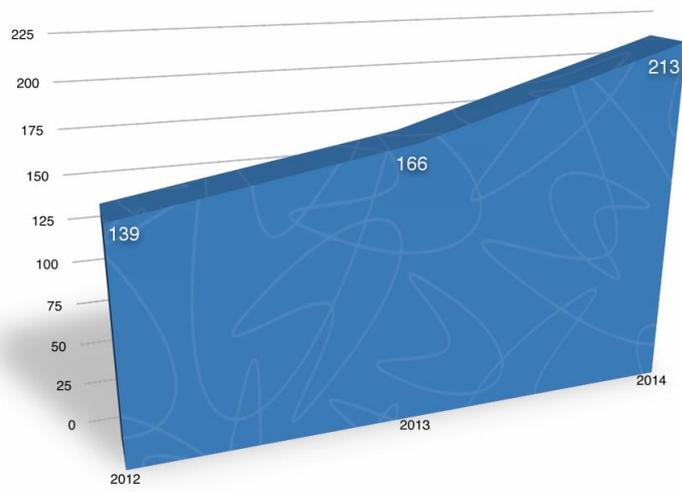
Revistas Culturales - <http://www.revistasculturales.org/>



**Tercer informe sobre el sector
de revistas culturales
independientes y
autogestionadas en Argentina**

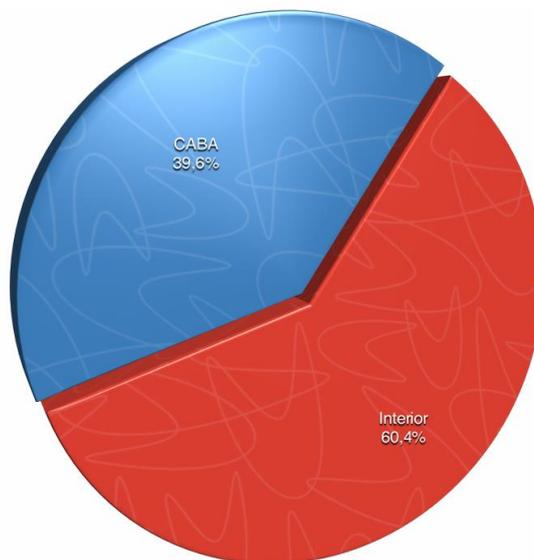
Diciembre 2014

Seguimos siendo más



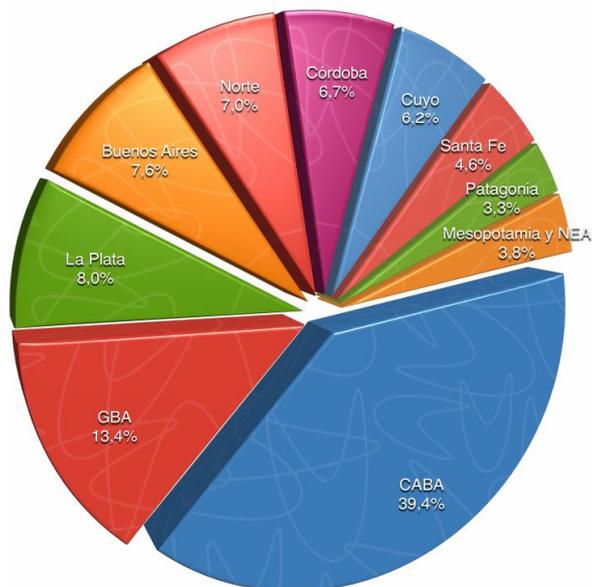
Fuente: censos propios de AReCIA

Ubicación geográfica



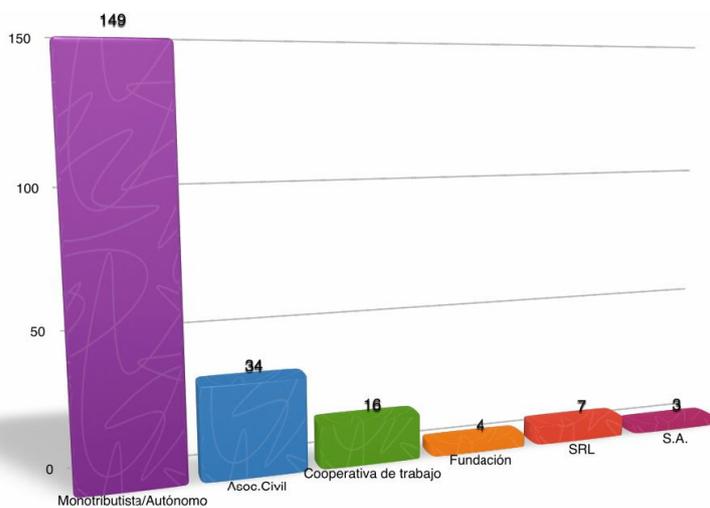
Base: 213 publicaciones censadas por AReCIA

Ubicación por regiones



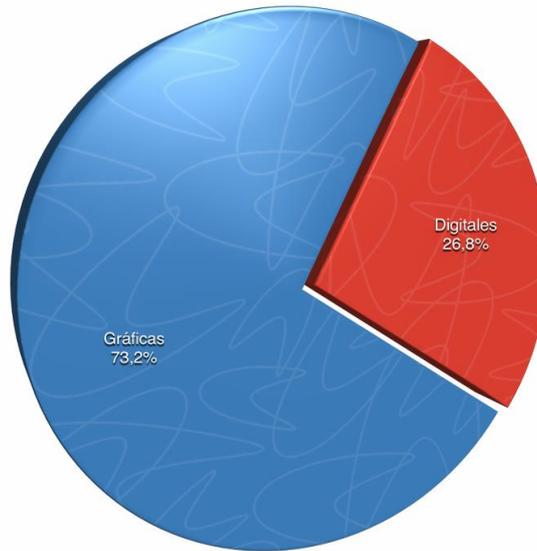
Base: 213 publicaciones censadas por ARECIA

Tipo fiscal



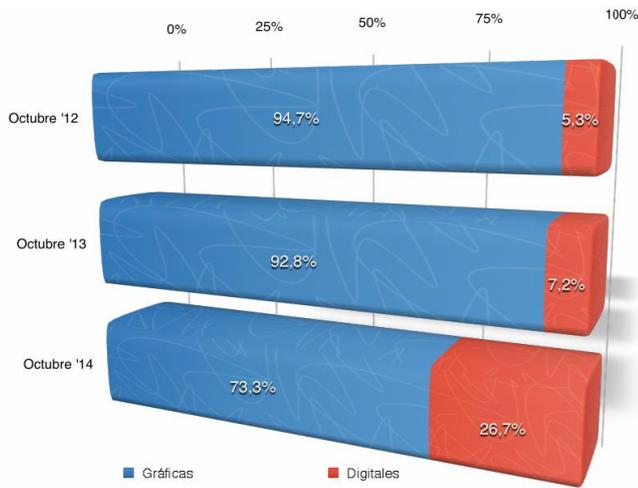
Fuente: censo de ARECIA

Tipo de soporte



Fuente: censo de ARECIA

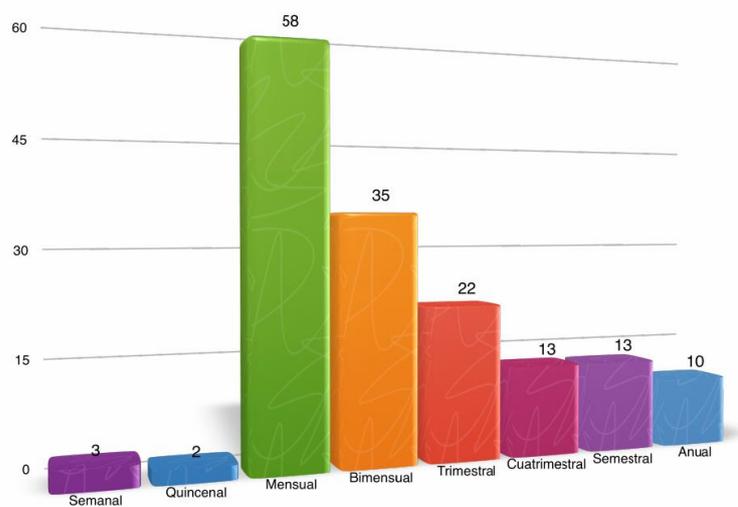
Tipo de soporte: comparativo



Papel Prensa SA incrementó el valor del papel para prensa en un 63% desde diciembre de 2012 a septiembre de 2014. El 40% de ese aumento corresponde a los últimos diez meses. Las consecuencias: las revistas culturales independientes resisten online la presión del monopolio del papel.

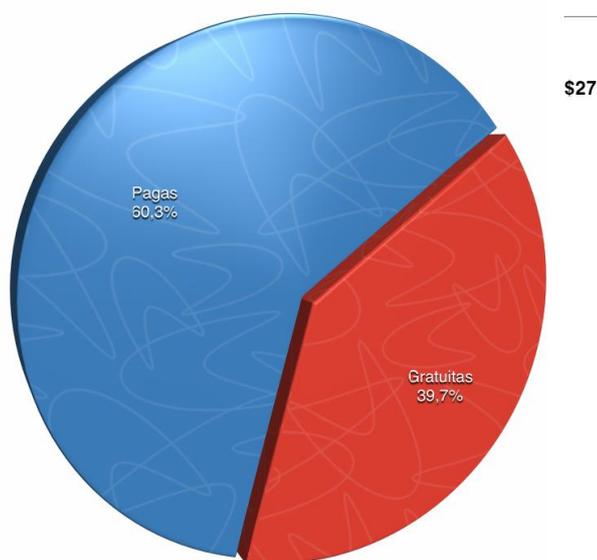
Fuente: censo de ARECIA

Frecuencia



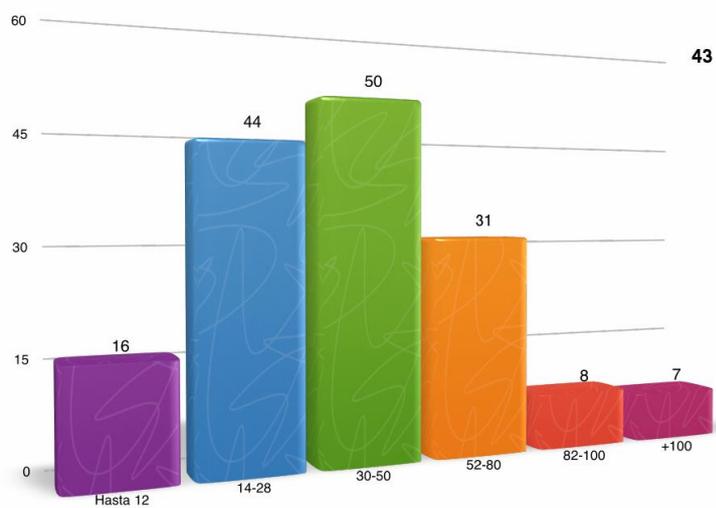
Fuente: censo de ARECIA
Base: 156 revistas gráficas

Tipo de comercialización



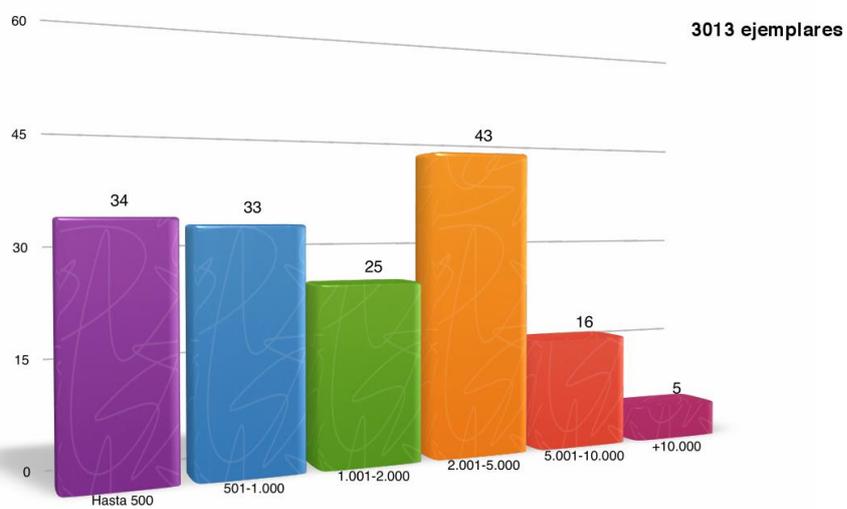
Fuente: censo de ARECIA
Base: 156 revistas gráficas

Cantidad de páginas



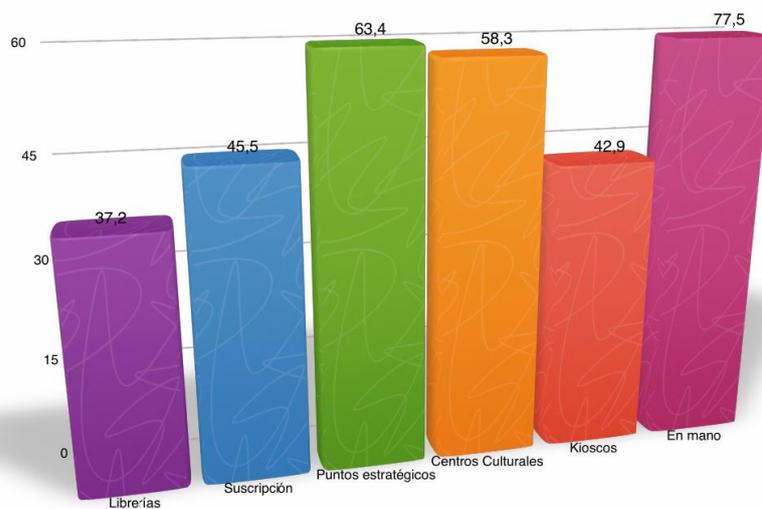
Fuente: censo de ARECIA
Base: 156 revistas gráficas

Tirada



Fuente: censo de ARECIA
Base: 156 revistas gráficas

Puntos de venta



Fuente: censo de AReCIA
Base: 156 revistas gráficas
(múltiples respuestas por cada publicación)

Fuente de trabajo

1312



Fuente: censo de AReCIA

Lectores



360.400 ejemplares

4 personas

1,4 millones

Fuente: censo de AReCIA

Relevancia económica



\$2,9 millones mensuales

Fuente: censo de AReCIA

Lectores



3,8 millones

Fuente: censo de AReCIA

En síntesis



360.400 ejemplares

5,2 millones mensuales

\$2,9 millones mensuales

Fuente: censo de AReCIA

Mercado y distribución de diarios y revistas. Estado de situación. Legislación vigente.

Recuperado de

Revistas Culturales - <http://www.revistasculturales.org/>

TRES MEDIDAS URGENTES PARA DEMOCRATIZAR EL MERCADO DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN DE LA PRENSA GRÁFICA



legislación

Desde 1945 hasta el año 2000 la actividad de venta y distribución de diarios y revistas se rigió por ley nacional:

Protegía a canillitas y editores independientes: los más débiles de la cadena.



«Las dificultades que suscita la reglamentación de esta actividad en razón de prácticas arraigadas y de intereses contrapuestos aconsejan proceder por etapas a la aplicación de un régimen integral de protección, pero en ninguna forma justifica la despreocupación del poder público en la solución de un problema que es forzoso afrontar como parte de una política social tendiente al amparo de las clases más débiles»

Lo que rige hoy: la ley del más fuerte

Desde el 4 /11/ 2000 hasta hoy
La actividad de venta y distribución
de diarios y revistas se regula por
el Decreto del Poder Ejecutivo
Nº 1025 que consagra:
«libertad de competencia y desregulación
de la actividad económica»

Las corporaciones
aprovechan la
coyuntura de debilidad
institucional para
redactar un decreto
que consagra la ley del
más fuerte. Ese decreto
está vigente hasta hoy
e impide a cualquier
editor reclamar contra
abusos y maniobras y
al Estado intervenir
para resguardar el
equilibrio democrático

Cómo afecta el decreto 1025 a los editores independientes

la concentración



1. impacto en los precios

El objetivo:
Endeudar y empobrecer a los canillitas, para dominar así el sector comercialización y acorralar a las publicaciones independientes para controlarlas o eliminarlas.

«Los líderes del mercado, en especial Clarín, impusieron una política de precio planchado, en coincidencia con la caída de ventas.»

informe de la Federación de canillitas



La ley del más fuerte

Clarín/La Nación

IVA	No
Cargas Sociales	No
% en kioscos	32%

Editor independiente

Sí
Sí
40%

impacto en los precios: un ejemplo

Marzo 07	5\$
Marzo 09	5\$
Marzo 08	5\$
Marzo 09	5\$
Marzo 10	6\$

Marzo 11	8\$
Marzo 12	9.50\$
Marzo 13	12\$
Julio 13	15\$
Marzo 14	18

**% de aumento:
20% en 5 años**

**% de aumento:
225% en 4 años**

impacto en los precios

El dominio de las corporaciones impulsó agresivamente una fuerte suba de precios producto de dos posiciones dominantes: el monopolio del papel y el control de recorridos y kioscos claves.

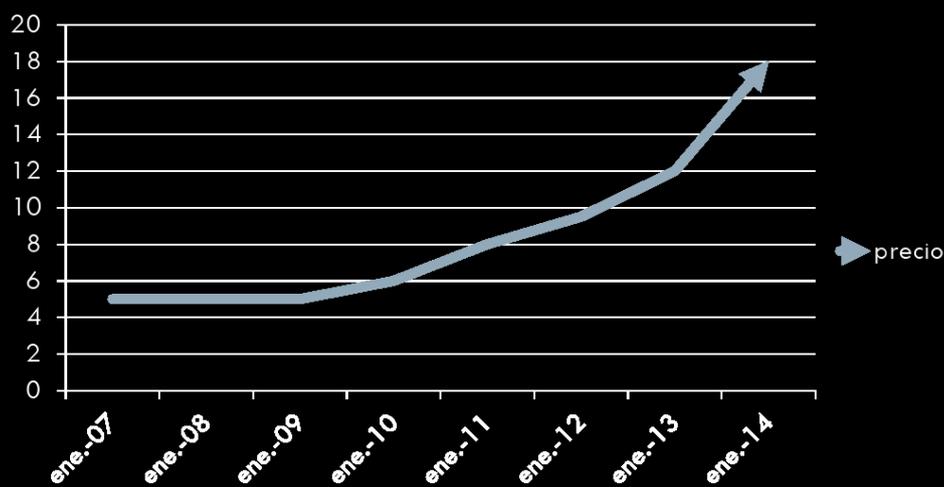
Hace una década ni el grupo Clarín ni La Nación editaban revistas. Hoy cada uno comercializa más de 35 títulos. No los crearon: los tragaron.

2. Creación de deudas

La suba de precios fue acompañada por la aparición de una supuesta deuda surgida del prorrateo del déficit del Centro de Distribución (Rediaf).

Solo la pagaron (obligados) los editores independientes

el impacto en el precio





3. la distribución desigual

También fue creciendo la tendencia a una distribución insuficiente, deficitaria y desigual.

Muestra recogida por Arcia sobre revistas asociadas:

primera semana de diciembre de 2013

No reciben: 23%
Quieren más: 20%

primera semana de noviembre de 2014

No reciben: 46%
Quieren más: 69%



REDIAF S.A.
Lujan 3047
(1294) Capital Federal
IVA RESPONSABLE INSCRIPTO

FACTURA N° 0001-00224612
FECHA 04/09/2012
CUIT Nro. 25-60291-630-9
ING. BRUTOS: 869-00030-1
INICIO DE ACTIVIDADES: 9/1/1997

Apellido Nombre / Razón:
Domicilio Comercial:
Provincia:
Conservación frente al I.S.C.A.: RESP. INSCRIPTO
Código de Venta: 3269238729040012019411899351201403299

Cantidad	Descripción	Unidad	Precio Unit.	Precio Total
1	OPTIMIZACION DISTRIBUCION SERIE REVISTAS ROTUNDO MAYO 2012	(Rotor: 4729)	2887,9300	2887,9300 *

SUBTOTAL				TOTAL	
IMPORTE	IMPORTE	IMPORTE	% IVA INSCRIPTO	IMPORTE	IMPORTE
0,0000	0,0000	2887,9300	100,0000	3494,3953	3494,3953

GRÁFICA DIARIE de Barriero Paredes - CUIT: 20-10126008-2
Insc. N° 6576-2017/05 LA MERCADERA - Frente de Invernalde 03/2012
Contribuyente N° 0001-600221101 al N° 539-00036100
Código de Venta: 3269238729040012019411899351201403299

CAI: 92054111698351
VTO: 29/03/2014

A cobrar por venta:
4.810,94\$

A pagar a Rediaf:
3.494,39\$

Cobra el editor:
1.316,55 \$

Las tres estrategias sincronizadas dejaron a canillitas y editores independientes en una situación crítica y sin posibilidad de reclamar ante la justicia por estas maniobras, dado el marco regulatorio otorgado por el decreto vigente.

La Asociación de Revistas Culturales Independientes de Argentina exige tres medidas urgentes para terminar con la concentración de la prensa gráfica y para garantizar el pleno ejercicio de la libertad de expresión:

Para democratizar el mercado de venta y distribución de diarios y revistas

Exigimos:

- Derogación del decreto 1025 que consagra la concentración corporativa en la prensa gráfica.
- Aprobación de la Ley de Fomento a las revistas culturales independientes y autogestivas
- Aprobación de la Ley de Regulación del régimen laboral de canillitas



Avisos para la Difusión del Proyecto de Ley.

Recuperado de

Revistas Culturales - <http://www.revistasculturales.org/>



Estas revistas y estos editores son los primeros en ponerle el pecho a la campaña impulsada desde la Asociación de Revistas Culturales Independientes (AReCIA). La idea es que cada publicación sume su foto y organice su propio espacio de debate para conversar con la sociedad sobre los temas que hoy nos preocupan a las publicaciones independientes: Cómo crear nuevas formas de circulación. Cómo construir espacios de solidaridad y no de competencia entre nuestros medios. Cómo mejorar la formación de nuestros comunicadores en función de las necesidades sociales y no de las demandas del mercado. Cómo lograr que nuestros proyectos sean sostenibles económicamente manteniendo su independencia y, a la vez, su compromiso social.

El desafío que comenzamos a construir con este primer paso es lograr que en el camino esta campaña ya no pertenezca a una determinada entidad, sino que sea enriquecida por todas las organizaciones que trabajan cotidianamente por la comunicación autogestiva. El desafío es lograr que la diversidad característica de nuestras publicaciones sea precisamente nuestra fuerza. Sabemos que sólo tenemos que estar de acuerdo en una cosa: la llamada Ley de Medios tiene una deuda con las publicaciones gráficas y de Internet independientes. No la tiene sólo con nosotros, sino fundamentalmente con nuestros lectores. El desafío, entonces, es construir el consenso social necesario para saldarla.





Las revistas culturales independientes

NO NOS VENDEMOS

porque vos nos bancás!

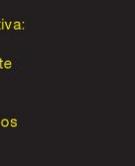
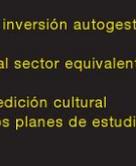
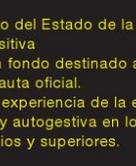
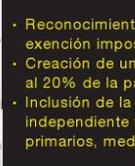
Por una ley que promueva y fortalezca la comunicación cultural autogestiva



Los medios culturales independientes gráficos y virtuales representamos la diversidad que garantiza el libre flujo informativo. Crecimos y nos sostenemos con el apoyo de nuestro lectores. Ahora, nos organizamos para exigir que se democratice el mercado con una ley que garantice nuestro libre funcionamiento y ponga límites a las mafias corporativas que pretenden controlar nuestra circulación.



- Reconocimiento del Estado de la inversión autogestiva: exención impositiva
- Creación de un fondo destinado al sector equivalente al 20% de la pauta oficial.
- Inclusión de la experiencia de la edición cultural independiente y autogestiva en los planes de estudios primarios, medios y superiores.



www.revistas culturales.org



Las revistas culturales
no se venden porque
vos nos bancás

• SIN PATRÓN •
Producción + Información con
Calidad + PASIÓN → SOMOS LIBRES!
Somos Libres →
Jim Molloy



Los detalles del proyecto de ley, así como la agenda de actividades que organizamos para difundir nuestro reclamo, pueden consultarse en: www.revistas culturales.org

Por una Ley de Fomento
para la Producción
Independiente y
Autogestiva de
Comunicación Cultural
por medios Gráficos
y de Internet

Las revistas culturales
no se venden porque
vos nos bancás

SIN PATRÓN...
Producción con
Calidad + PASIÓN → SOMOS LIBRES.
Somos Libres → SOMOS LIBRES.
Sin Moldes



Los detalles del proyecto de ley, así como la agenda de actividades que organizamos para difundir nuestro reclamo, pueden consultarse en: www.revistas culturales.org

Por una Ley de Fomento
para la Producción
Independiente y
Autogestiva de
Comunicación Cultural
por medios Gráficos
y de Internet

Las revistas culturales
no se venden porque
vos nos bancás

• SIN PATRÓN •
Producción + Información con
Calidad + PASIÓN → SOMOS LIBRES!
Somos Libres → SOMOS LIBRES!
Jim Molloy



Los detalles del proyecto de ley, así como la agenda de actividades que organizamos para difundir nuestro reclamo, pueden consultarse en: www.revistas culturales.org

Por una Ley de Fomento
para la Producción
Independiente y
Autogestiva de
Comunicación Cultural
por medios Gráficos
y de Internet

Las revistas culturales
no se venden porque
vos nos bancás

SIN PATRÓN

Producción
Calidad
Somos Libres

Información
PASION → SOMOS LIBRES

Sin Morded



Los detalles del proyecto de ley, así como la agenda de actividades que organizamos para difundir nuestro reclamo, pueden consultarse en: www.revistas culturales.org

Por una Ley de Fomento
para la Producción
Independiente y
Autogestiva de
Comunicación Cultural
por medios Gráficos
y de Internet

Las revistas culturales
no se venden porque
vos nos bancás

• SIN PATRÓN •

Producción + Información
Calidad + PASIÓN → SOMOS LIBRES!
Somos Libres

Jim Molloy

Por una Ley de Fomento
para la Producción
Independiente y
Autogestiva de
Comunicación Cultural
por medios Gráficos
y de Internet



Los detalles del proyecto de ley, así como la agenda de actividades que organizamos para difundir nuestro reclamo, pueden consultarse en: www.revistasculturales.org

**SOMOS REVISTAS CULTURALES
INDEPENDIENTES
NO NOS VENDEMOS!**

Por una ley que reconozca a la
comunicación cultural autogestiva



AReCIA

ASOCIACIÓN DE REVISTAS
CULTURALES INDEPENDIENTES
DE ARGENTINA

www.revistas culturales.org

Las revistas culturales independientes

NO NOS VENDEMOS

por una ley que promueva y fortalezca
la comunicación cultural autogestiva

Los medios culturales independientes gráficos y virtuales representamos la diversidad que garantiza el libre flujo informativo. Crecimos y nos sostenemos con el apoyo de nuestros lectores. Ahora, nos organizamos para exigir que se democratice el mercado con una ley que garantice igualdad de trato y oportunidades.

- **Reconocimiento del Estado de la inversión autogestiva: exención impositiva**
- **Creación de un fondo destinado al sector equivalente al 20% de la pauta oficial.**
- **Inclusión de la experiencia de la edición cultural independiente y autogestiva en los planes de estudios primarios, medios y superiores.**



www.revistasculturales.org

SOMOS REVISTAS CULTURALES INDEPENDIENTES NO NOS VENDEMOS!

**Por una ley que reconozca a la
comunicación cultural autogestiva**

- ⦿ **Quita del IVA a las publicaciones culturales.**
- ⦿ **Participación en la pauta oficial.**
- ⦿ **Difusión en los medios públicos.**
- ⦿ **Restitución del programa de compra de ejemplares de revistas culturales para las bibliotecas populares de todo el país.**
- ⦿ **Para que nuestras publicaciones se integren a los programas de formación docente del Ministerio de Educación de la Nación.**



AReCIA

ASOCIACIÓN DE REVISTAS
CULTURALES INDEPENDIENTES
DE ARGENTINA

www.revistasculturales.org

**RESPUESTAS DE
CÉSAR GOMEZ – BLOG ASAMBLEA
DEL PUEBLO
Y
DE ANDRÉS RUGGERI**

El 20 de agosto de 2014, 12:59, César Gómez <cegomez222@gmail.com> escribió:

Hola Romina,

Se trata de una recopilación y desgraciadamente, el/la compañera que aportó los textos no indicó la fuente y no tenemos forma, en este momento, de ubicarle para solicitarle el dato.

Aún así, entendemos que según las normas de cita (APA), podés utilizar las normas para fuentes secundarias (es decir, cuando no es posible acceder a la fuente original) y citar la página de la Asamblea del Pueblo como referencia.

Saludoz,

El 19 de agosto de 2014, 21:58, César Gómez <cegomez222@gmail.com> escribió:

Hola Romina,

Pues hemos consultado la entrada que nos refieres y efectivamente se trata de las mismas personas.

Pensamos, que quizás no se deba tanto al uso de pseudónimo, sino más bien a las particularidades propias de algunas lenguas, en las cuales cambia un poco la escritura de algunos nombres.

Esperamos esto te sirva de ayuda.

ZaludOZ y quedamos pendientes,

Rocío y César

por el Colectivo

Azamblea del Pueblo

El 17 de agosto de 2014, 15:30, Romina D'Alfonso <rdalfons@gmail.com> escribió:

- Hola, hago una consulta: hay dos textos que me sirven como bibliografía para mi tesina (cuyo tema es la autogestión en los medios periodísticos). El texto *La definición de la autogestión* escrito por Franz Mintz (en vez de Frank Mintz) y otro, *Autogestión: filosofía de la libertad y práctica de la autonomía*, por Cristian Ferrer Toro (en vez de Christian Ferrer). Quisiera saber si son apodos usados por ambos teóricos anarquistas. Mil gracias. Salud. Romina

--

+++++ aZambleas del Pueblo +++++

Usted pertenece al Google Groups [lista_nucleo_ap].

Para compartir mensajes con el grupo, envíe un email a lista_nucleo_ap@googlegroupscom.

Para salirse de este grupo, envíe un email a la dirección lista_nucleo_ap+unsubscribe@googlegroups.com.

Para más opciones, visite la página del grupo en la URL http://groups.google.com/group/lista_nucleo_ap?hl=en?hl=es

+++++

El 7 de septiembre de 2015, 16:01, Andres Ruggeri <andres.ruggeri@gmail.com> escribió:

Hola Romina, antes que nada, gracias por la molestia de sumar y avisar. No sos la primera en realidad, parece que hay unos cuantos que se toman el trabajo de sumar los números de los cuadros! Bueno, se trata de un error en la base de datos porque había dos que aparecían con rubro sin codificar y al filtrarlo por rubro quedaban afuera (el error se repite en otros cuadros). Ese mismo cuadro con dos menos provocó el arrastre en el de provincias y así quedó en el de la pág. 8. Son dos correspondientes al Gran Bs As. Saludos y gracias

Andrés

El 7 de septiembre de 2015, 13:13, Romina D'Alfonso <rdalfons@gmail.com> escribió:
Hola Andrés, cómo estás?

Mi nombre es Romina D'Alfonso y te escribo porque estoy trabajando sobre periodismo autogestionado para la tesina de grado. Como estoy investigando la temática llegué a tus datos a partir de la investigación sobre Recuperadas (aprovecho para decirte que tu trabajo es fantástico por lo que aporta; a mí particularmente me ayudó mucho).

Mi consulta es sobre un cuadro que surge en el siguiente informe:

http://www.recuperadasdoc.com.ar/Informe_IV_relevamiento_2014.pdf

En el informe aparece un cuadro que contiene el total de casos a 2013 (que cito en la tesina). El total que aparece en el cuadro es de 311, pero mi suma da 309. Te quería consultar (y de paso avisar) si es un error en la suma; o de lo contrario si es que los 311 casos son correctos, pero faltan pasar casos en la tabla.

El cuadro es el de la página 8.

Saludos cordiales,
disculpá el atrevimiento,
Romina.